

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN EN LA CIUDAD DE  
POPAYAN DE UN PARQUE DE ESPARCIMIENTO LOCAL PARA LA  
PROMOCIÓN DEL TURISMO DEL DEPARTAMENTO DEL CAUCA**



**LADY FAISSURY BEDOYA DIAZ  
ILIANA ANDREA LÒPEZ MUÑOZ  
MARIA CLAUDIA TORRES NARVÁEZ**

**UNIVERSIDAD DEL CAUCA  
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
POPAYÁN  
2006**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN EN LA CIUDAD DE  
POPAYÁN DE UN PARQUE DE ESPARCIMIENTO LOCAL PARA LA  
PROMOCIÓN DEL TURISMO DEL DEPARTAMENTO DEL CAUCA**

**LADY FAISSURY BEDOYA DIAZ  
ILIANA ANDREA LÒPEZ MUÑOZ  
MARIA CLAUDIA TORRES NARVÁEZ**

**Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de  
ADMINISTRADOR DE EMPRESAS**

**Mg. JORGE ARBEY TOBAR DEJESUS  
Director**

**UNIVERSIDAD DEL CAUCA  
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
POPAYÁN  
2006**

## **AGRADECIMIENTOS**

*A Dios por ser nuestro guía*

*A nuestros padres por ser los pilares más importantes y un ejemplo a seguir en todo momento y lugar, les dedicamos cada una de las metas que se han alcanzado y las que faltan por conseguir.*

*Y a todos aquellos que de alguna manera han contribuido a que otro proyecto más en nuestras vidas culmine exitosamente.*

**Nota de Aceptación:**

---

---

---

---

---

---

---

---

**Firma del Jurado**

---

**Firma del Jurado**

---

**Firma del Jurado**

**Popayán, 9 de Agosto de 2006**

## CONTENIDO

	Pág.
<b>INTRODUCCIÓN</b>	29
<b>CAPITULO I. GENERALIDADES DEL PROYECTO</b>	
1. TURISMO	38
1.1 DEFINICIÓN	38
1.2 ANTECEDENTES DEL TURISMO	41
1.3 CLASIFICACION DEL TURISMO	43
1.4 RELACION DEL PROYECTO Y EL TURISMO (IMPORTANCIA)	45
1.5 LEGISLACIÓN TURÍSTICA	48
1.6 ENTIDADES PROMOTORAS DEL TURISMO EN COLOMBIA	49
1.7 TURISMO DEL DEPARTAMENTO DEL CAUCA	51
1.7.1 Antecedentes del Cauca	51
1.7.2 Cauca – Turismo	53
1.7.3 Divertura – Zonificación	55
1.7.3.1 Zona Amazónica	57
1.7.3.2 Zona Andina	59
1.7.3.3 Zona Pacífica	62
1.7.3.4 Popayán	64
1.8 CAUCA A FUTURO	67
2. PARQUE	69
2.1 DEFINICIONES	69
3. ESPARCIMIENTO	72
3.1 DEFINICIONES	72
3.2 BENEFICIOS DE LA SANA DIVERSIÓN (ESPARCIMIENTO)	73
4. ANALISIS DE ENTORNOS	75
4.1 ENTORNO ECONÓMICO	75
4.2 ENTORNO POLÍTICO	81

	Pág.	
4.3	ENTORNO ECOLÓGICO	82
4.4	ENTORNO TECNOLÓGICO Y EDUCATIVO	83
4.5	ENTORNO JURÍDICO	85
4.6	ENTORNO SOCIOCULTURAL	86
4.7	ANÁLISIS DEL SECTOR	86
4.8	MATRIZ DE ANÁLISIS EXTERNO	87
5.	CONCLUSIONES DE LAS GENERALIDADES DEL PROYECTO	89

## **CAPITULO II. ESTUDIO DEL MERCADO**

1.	SERVICIO	91
1.1	USOS Y ESPECIFICACIONES DEL SERVICIO	92
1.1.1	Servicios iniciales a ofrecer	92
1.1.2	Servicios futuros	102
1.1.3	Niveles del servicio	103
1.1.4	Servicios complementarios	104
1.1.5	Servicios sustitutos	104
2.	MARCA	105
2.1	NOMBRE	105
2.2	SLOGAN	105
2.3	LOGOTIPO	106
3.	MERCADO META	107
3.1	CLASIFICACIÓN DEL MERCADO META	107
3.2	CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO META	108
3.2.1	Características generales	108
3.3	MERCADO META ACTUAL	108
3.4	MERCADO META FUTURO	109
4.	INVESTIGACION DE MERCADOS	110
4.1	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	110
4.1.1	Antecedentes del problema	110

	Pág.	
4.1.2	Formulación del problema	111
4.2	OBJETIVOS	111
4.2.1	Objetivo general	111
4.2.2	Objetivos específicos	111
4.3	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	112
4.3.1	Naturaleza del diseño de la investigación	112
4.3.2	Recopilación de los datos primarios y secundarios	112
4.3.3	Diseño del cuestionario	112
4.3.4	Diseño de la muestra	113
4.3.4.1	Población	113
4.3.4.2	Marco muestral	113
4.3.4.3	Tipo de muestreo	113
4.3.4.4	Tamaño de la muestra	113
4.3.5	Trabajo de campo	115
4.4	ANÁLISIS DE DATOS	115
4.5	CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	143
5.	PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	145
6.	OFERTA	155
6.1	CARACTERÍSTICAS DE LA OFERTA	155
6.2	IDENTIFICACIÓN DE LA COMPETENCIA	155
6.2.1	Fortalezas de la competencia	156
6.2.1	Debilidades de la competencia	156
7.	PRECIO	158
7.1	DETERMINACIÓN DEL PRECIO	158
7.2	ESQUEMA DE PAGO	163
7.3	ESTRATEGIA FUTURA DE PRECIOS	163
7.4	VENTAS PROYECTADAS	165
8	COMERCIALIZACIÓN	167
8.1	TIPO DE CANAL DE DISTRIBUCIÓN	167

	Pág.
9. PROMOCIÓN	168
9.1 GRUPO OBJETIVO	168
9.2 OBJETIVOS DE LA PROMOCIÓN	168
9.3 HERRAMIENTAS DE LA PROMOCIÓN	168
9.3.1 Publicidad	168
9.3.1.1 Periódicos	168
9.3.1.2 Televisión	172
9.3.1.3 Radio	173
9.3.1.4 Publicidad electrónica	175
9.3.1.5 Directorio telefónico	176
9.4 PROMOCIÓN DE VENTAS	178
9.5. RELACIONES PÚBLICAS	180
9.6 MERCHANDISING	181
9.7 PRESUPUESTO DE PROMOCIÓN	182
9.8 ESTRATEGIA FUTURA DE PROMOCIÓN	183
10. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DEL MERCADO	184
<b>CAPITULO III. ESTUDIO TÉCNICO</b>	
1. CAPACIDAD DEL PROYECTO	186
1.1 VARIABLES DETERMINANTES DEL PROYECTO	186
1.1.1. La dimensión y características del mercado	186
1.1.2. Costos de inversión y operación	187
1.1.3. Tecnología del proceso productivo	187
1.1.4. La disponibilidad de insumos y materiales	188
1.1.5. La Localización	188
1.2 PROGRAMACION PARA LA PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS	188
1.3 CAPACIDAD INSTALADA	189
1.3.1 Granja interactiva	189



	Pág.	
1.3.2	Lago de pesca	191
1.3.3	Lago eco-recreativo	192
1.3.4	Zona de camping	193
1.3.5	Zona recreativa	193
1.3.6	Juegos infantiles	196
1.3.7	Zona representativa del Cauca	201
1.3.8	Kiosco de eventos	202
1.3.9	Plaza de comidas	203
1.3.10	Capacidad instalada del Parque Divertura	204
1.4	CAPACIDAD UTILIZADA	205
2.	LOCALIZACIÓN	207
2.1.	MACROLOCALIZACIÓN	207
2.1.1.	Factores Determinantes de la Macrolocalización	207
2.2.	MICROLOCALIZACIÓN	209
2.2.1	Características de las zonas para escoger la microlocalización	209
2.2.2	Criterios para la evaluación	211
2.2.2.1	Criterios imperativos para la evaluación	211
2.2.2.2	Criterios deseables para la evaluación	212
2.2.3	Alternativas de localización	212
2.2.4	Evaluación	214
2.2.5	Características de la localización escogida – El Tablazo	216
3	INGENIERÍA DEL PROYECTO	224
3.1	SERVICIO	224
3.1.1	Granja interactiva	225
3.1.2	Lago de pesca	226
3.1.3	Lago eco-recreativo	229
3.1.4	Zona de camping	229
3.1.5	Tu aporte al parque	230
3.1.6	Zona recreativa	230

	Pág.
3.1.7 Zona de juegos infantiles	231
3.1.8 Zona representativa del Cauca	231
3.1.9 Kiosco de eventos	233
3.1.10 Plaza de comidas	233
3.1.11 Salón de juegos tradicionales	233
3.2 PROCESO	234
3.2.1 Proceso de la granja interactiva	236
3.2.2 Proceso del lago de pesca	238
3.2.3 Proceso del lago eco-recreativo	239
3.2.4 Proceso de la zona de camping	241
3.2.5 Proceso de la zona recreativa	242
3.2.6 Proceso de la Zona "C"	243
3.3 SELECCIÓN DE SEMOVIENTES Y EQUIPO	245
3.3.1 Semovientes y equipo para la prestación del servicio	245
3.3.2 Equipo de apoyo al proceso	250
3.3.2.1 Equipo de taquillas	251
3.3.2.2 Equipo de aseo	251
3.3.2.3 Equipo de primeros auxilios	252
3.3.2.4 Equipo de seguridad de la empresa	252
3.3.2.5 Equipo de herramientas	254
3.3.2.6 Costo total de los equipos de apoyo al proceso	254
3.3.2 Costo total de equipos a utilizar por la empresa para la prestación de sus servicios	254
3.4 MATERIALES, INSUMOS Y ALIMENTOS	255
3.5 GASTOS GENERALES PARA LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO	260
3.5.1 Mantenimiento	260
3.5.2 Mano de obra indirecta	261
3.5.3 Botiquín para primeros auxilios	263

	Pág.	
3.5.4	Materiales para el aseo	263
3.5.5	Servicios públicos	264
3.5.6	Seguridad del Parque	264
3.5.7	Costo de los Gastos Generales para la Prestación del Servicio	265
3.6	RECURSOS HUMANOS	265
3.6.1	Determinación del personal requerido para la prestación del Servicio	265
3.6.2	Descripción de cargos	266
3.6.3	Costo anual del personal técnico	270
4.	EDIFICIOS	274
4.1	DESCRIPCIÓN	274
4.2	COSTO	274
5.	ESPACIO FISICO/DISTRIBUCIÓN DE PLANTA	276
6.	PROGRAMA PARA LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO	280
6.1	ACTIVIDADES NECESARIAS	280
6.2	ESTIMACIÓN DEL TIEMPO	283
6.3	PROGRAMACIÓN DE LA FASE DE INVERSIÓN	284
6.4	GASTOS DE LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO	288
6.4.1	Gastos preoperativos de la fase de preinversión	288
6.4.2	Gastos preoperativos de la fase de inversión	288
7.	CONCLUSIONES DEL ESTUDIO TÉCNICO	291
 <b>CAPITULO IV. ESTUDIO ADMINISTRATIVO</b>		 294
1.	CONSTITUCIÓN DEL PARQUE Y DISPOSICIONES LEGALES	294
1.1	CLASE DE SOCIEDAD	294
1.2	DISPOSICIONES LEGALES	295
1.2.1	Constitución jurídica de Divertura	295
1.2.2	Parte laboral y jurídica	296

	Pág.
2. ORGANIZACION PARA LA FASE OPERACIONAL DEL PROYECTO	298
2.1 ESTRUCTURA ORGANIZATIVA	298
2.2 DESCRIPCIÓN DE CARGOS	299
2.3 NÓMINA FASE DE INVERSIÓN	300
3. ORGANIZACION PARA LA FASE OPERACIONAL DEL PROYECTO	302
3.1 FILOSOFÍA ORGANIZACIONAL	302
3.1.1 Misión	302
3.1.2 Visión	302
3.1.3 Objetivos	303
3.1.3 Principios	303
3.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	305
3.2.1 Descripción de Cargos	305
3.3 GASTOS ADMINISTRATIVOS	312
3.3.1 Costo del personal administrativo	312
3.3.1.1 Aportes del trabajador	313
3.3.1.2 Aportes parafiscales	314
3.3.2 Costo de servicios públicos del área administrativa	315
3.3.3 Costo de suministros de oficina	315
3.3.3.1 Costos de mobiliario	315
3.3.3.2 Costos de papelería para los Jefes de Área	317
3.4 GASTOS TOTALES DE ADMINISTRACIÓN	318
4. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO ADMINISTRATIVO	319
 <b>CAPITULO V. ESTUDIO FINANCIERO</b>	
INVERSIONES EN EL PROYECTO	320
1.1 INVERSIONES FIJAS	320
1.2 GASTOS PREOPERATIVOS	321

	Pág.
1.3 CAPITAL DE TRABAJO	321
1. FINANCIACION DEL PROYECTO	327
1.1. PROGRAMACION DE LOS APORTES DE CAPITAL	327
1.2. FUENTES DE FINANCIACION	327
2.2.1 Indicadores Granja Divertura	330
1.3. CREDITO BANCARIO	334
2. COSTOS DE OPERACION Y DE FINANCIACION	336
2.1. COSTO DE VENTA	336
2.1.1. Materiales	336
2.1.2. Personal Técnico : Mano De Obra	338
2.1.3. Gastos Generales para la Prestación del Servicio	338
2.1.4. Depreciación	339
2.2. GASTOS OPERATIVOS	343
2.2.1. Gastos generales de administración	343
2.2.2. Gastos generales de ventas	343
2.2.3. Amortización de diferidos	343
3.2.4 Costos de financiación	344
3. PROYECCIONES FINANCIERAS	346
3.1. INGRESO POR CONCEPTO DE VENTAS	347
3.2. ESTADO DE RESULTADOS	349
3.3. CUADRO DE FUENTES Y USOS DE FONDO DE EFECTIVO O FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO	351
3.4. BALANCE GENERAL PROYECTADO	354
3.5. ANALISIS FINANCIERO	356
3.5.1. Liquidez	358
3.5.2. Aprovechamiento de recursos	359
3.5.3. Endeudamiento	361
3.5.4. Costos	366
3.5.5. Rentabilidad	367

	Pág.	
3.6.	PUNTO DE EQUILIBRIO	371
3.6.1.	Calculo del punto de equilibrio	371
4.6.2	Precio de venta y Costo variable	374
4.6.3	Punto de Equilibrio	374
4.7	ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD (Año 3)	379
4.7.1	Análisis 1: Variación en el precio de venta	379
4.7.2	Análisis 2: Variación en el costo fijo	382
4.7.3	Análisis 3: Variación en el costo variable	385
5.	CONCLUSIONES DEL ESTUDIO FINANCIERO	389

## **CAPITULO VI. EVALUACIÓN FINANCIERA**

1.	TASA DE OPORTUNIDAD	394
2.	FLUJO DE EFECTIVO NETO	396
3.	BONDAD FINANCIERA DEL PROYECTO: <i>VALOR PRESENTE</i> <i>NETO (VPN)</i>	398
4.	TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)	401
5.	RELACIÓN BENEFICIO COSTO (B/C)	402
6.	ANALISIS DE SENSIBILIDAD	404
6.1	SENSIBILIDAD A CAMBIOS DE LA TASA DE INTERES	404
6.2	SENSIBILIDAD A CAMBIOS DE PRECIOS DE VENTA VISITAS NIÑOS	406
6.3	SENSIBILIDAD A CAMBIOS DE PRECIOS VISITAS ADULTOS	408
6.4	SENSIBILIDAD A CAMBIOS EN LOS COSTOS FIJOS	409
6.5	SENSIBILIDAD A CAMBIOS EN LOS GASTOS GENERALES DE ADMINISTRACION	410
6.6	SENSIBILIDAD A CAMBIOS EN LOS GASTOS DE VENTAS	412
6.7	SENSIBILIDAD A CAMBIOS EN LA TASA DE INTERES DEL PRESTAMO	413

	Pág.	
6.8	SENSIBILIDAD A CAMBIOS EN LAS TASAS DE IMPUESTOS	415
7.	CONCLUSIONES DE LA EVALUACIÓN FINANCIERA	417

## **CAPITULO VII. EVALUACIÓN ECONÓMICA Y SOCIAL**

1.	EVALUACIÓN ECONÓMICA	420
1.1	VARIABLES SOCIO ECONÓMICAS	420
1.1.1	Educación	420
1.1.2	Mercado laboral	420
1.1.3	Estructuras y tendencias de producción	422
1.1.4	Ingreso	422
1.1.5	Inflación	423
1.1.6	Infraestructura básica	423
2.	DISTRIBUCIÓN DE LOS BENEFICIOS ECONÓMICOS	425
3.	EVALUACIÓN SOCIAL	426
4.	COSTOS DEL PROYECTO A NIVEL SOCIAL	427
5.	CONCLUSIONES DEL ESTUDIO ECONOMICO Y SOCIAL	428

## **CAPITULO VIII. EVALUACIÓN AMBIENTAL**

1.	ASPECTOS AMBIENTALES GENERALES	430
2.	DESCRIPCIÓN DEL MEDIO AMBIENTE NATURAL	431
2.1	RECURSO FLORA	431
2.2	RECURSO FAUNA	432
2.3	RECURSO AGUA	432
2.4	RECURSO AIRE	432
2.5	RECURSO SUELO	434
2.6	RECURSO CLIMA	435
3.	IDENTIFICACIÓN DE IMPACTOS Y EFECTOS AMBIENTALES	437
3.1	MATRIZ DE IMPACTO AMBIENTAL O MATRIZ DE LEOPOLD	438
4.	POSIBLE ESCENARIO MODIFICADO	452

	Pág.
5. PLAN DE MANEJO AMBIENTAL	454
6 PROGRAMA PARA LA EJECUCIÓN DE MANEJO AMBIENTAL	457
7. PRESUPUESTO DEL PLAN DE MANEJO AMBIENTAL	458
8. CONCLUSIONES DE LA EVALUACIÓN AMBIENTAL	461
<b>CAPITULO IX. CONCLUSIONES GENERALES</b>	<b>462</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>465</b>



## LISTA DE TABLAS

	Pág.	
<b>CAPITULO I. GENERALIDADES DEL PROYECTO</b>		
Tabla 1.1	Integrantes de las zonas y componentes	56
Tabla 1.2	Matriz análisis externo	88
<b>CAPITULO II. ESTUDIO DEL MERCADO</b>		
Tabla 2.1:	Encuestas a realizar	115
Tabla 2.2:	Población en Popayán de 1999 a 2005	146
Tabla 2.3:	Población total, $PT = a + b X$	148
Tabla 2.4:	Población urbana, $PU = a + b X$	149
Tabla 2.5:	Población en Popayán de 2006 a 2017	150
Tabla 2.6:	Población objetivo	151
Tabla 2.7:	Proyección de la demanda (Forma 1)	152
Tabla 2.8	Proyección de la demanda - Número de visitas al año (Forma 2)	154
Tabla 2.9:	Determinación del precio	159
Tabla 2.10:	Estrategia futura de precios	163
Tabla 2.11:	Ventas proyectadas	165
Tabla 2.12:	Presupuesto de publicidad para la fase de inversión y operación	177
Tabla 2.13:	Presupuesto de promoción para la fase de inversión y operación	182
<b>CAPITULO III. ESTUDIO TECNICO</b>		
Tabla 3.1:	Utilización de la demanda	187
Tabla 3.2:	Capacidad instalada de la granja interactiva	190

Tabla 3.3:	Capacidad instalada del lago de pesca	192
		Pág.
Tabla 3.4:	Capacidad instalada del lago eco-recreativo	193
Tabla 3.5:	Capacidad instalada de la zona de camping	193
Tabla 3.6:	Capacidad instalada de la zona recreativa	196
Tabla 3.7:	Capacidad instalada de los juegos infantiles	201
Tabla 3.8:	Capacidad instalada de la zona representativa del Cauca	202
Tabla 3.9:	Capacidad instalada del kiosco de eventos	203
Tabla 3.10:	Capacidad instalada de la plaza de comidas	204
Tabla 3.11:	Capacidad instalada de los servicios	204
Tabla 3.12:	Capacidad instalada del Parque Divertura	205
Tabla 3.13:	Capacidad utilizada del Parque Divertura	205
Tabla 3.14:	Criterios Imperativos – Evaluación de la localización	213
Tabla 3.15:	Criterios deseables – Evaluación de la localización	214
Tabla 3.16:	Áreas de los servicios de Divertura	224
Tabla 3.17:	Dimensiones de la granja interactiva	225
Tabla 3.18:	Dimensiones de los juegos infantiles	231
Tabla 3.19:	Costo Semovientes	245
Tabla 3.20:	Costo de equipos	247
Tabla 3.21:	Equipo de taquillas	251
Tabla 3.22:	Equipo de aseo	251
Tabla 3.23:	Equipo de primeros auxilios	252
Tabla 3.24:	Equipo de seguridad de la empresa	253
Tabla 3.25:	Equipo de herramientas	254
Tabla 3.26:	Costos de los equipos de apoyo al proceso	254
Tabla 3.27:	Costo total de los equipos a utilizar por la empresa para la prestación de sus servicios	255
Tabla 3.28:	Costo de materiales e insumos	256
Tabla 3.29:	Materiales requeridos por tu aporte al parque	258
Tabla 3.30:	Costo variable	258

Tabla 3.31: Costo de alimentos para semovientes	259
	Pág.
Tabla 3.32: Materiales requeridos por la granja interactiva	260
Tabla 3.33: Mano de obra indirecta	262
Tabla 3.34: Materiales de aseo	263
Tabla 3.35: Costo de los Gastos Generales para la Prestación del Servicio	265
Tabla 3.36: Personal técnico requerido	266
Tabla 3.37: Descripción de cargos	267
Tabla 3.38: Costo anual del personal técnico	271
Tabla 3.39: Aportes parafiscales	273
Tabla 3.40: Costos de la construcción del Parque	275
Tabla 3.41: Secuencia de actividades y estimación de tiempos	283
Tabla 3.42: Programación de la fase de inversión	285
Tabla 3.43: Gastos preoperativos: Fase de preinversión	288
Tabla 3.44: Costo estudio de la Zona C	288
Tabla 3.45: Gastos de adecuación y ambientación	289
Tabla 3.46: Gastos preoperativos: Fase de inversión	290
Tabla 3.47: Total gastos preoperativos	290

#### **CAPITULO IV. ESTUDIO ADMINISTRATIVO**

Tabla 4.1: Gastos disposiciones legales DIVERTURA	297
Tabla 4.2: Descripción de los cargos de la fase de inversión del proyecto	299
Tabla 4.3: Nómina - Fase de inversión	300
Tabla 4.4: Aportes del empleador ó patrono – Fase de inversión-	301
Tabla 4.5: Descripción de cargos – Junta directiva y gerente general	306
Tabla 4.6: Descripción de cargos – Asistente Administrativa	307
Tabla 4.7: Descripción de Cargos – Mercadeo y Personal	308

	Pág.
Tabla 4.8: Descripción de Cargos - Área de operaciones, finanzas e investigación y desarrollo	309
Tabla 4.9: Nómina – Fase operacional	313
Tabla 4.10: Aportes del empleador ó patrono – Fase operacional-	314
Tabla 4.11: Servicios Públicos	315
Tabla 4.12: Costo de mobiliario	316
Tabla 4.13: Costos de Papelería - Jefes de Área	317
Tabla 4.14: Gastos totales de administración	318

## **CAPITULO V. ESTUDIO FINANCIERO**

Tabla 5.1: Saldo efectivo requerido en caja	323
Tabla 5.2: Capital de trabajo	324
Tabla 5.3: Inversiones en el proyecto	325
Tabla 5.4: Estado de resultados de la Granja Divertura	331
Tabla 5.5: Balance Proyectado de la Granja Divertura	332
Tabla 5.6: Flujo de Efectivo Neto de la Granja Divertura	333
Tabla 5.7: Amortización del crédito	335
Tabla 5.8: Costo de materiales	337
Tabla 5.9: Costo de personal	338
Tabla 5.10: Gastos generales para la prestación del servicio	338
Tabla 5.11: Depreciación de inversiones fijas	340
Tabla 5.12: Depreciación de inversiones fijas por año	341
Tabla 5.13: Amortización de diferidos	343
Tabla 5.14: Costos de operación y de financiación	345
Tabla 5.15: Información necesaria para elaborar las proyecciones Financieras	346

Tabla 5.16: Ingresos por concepto de ventas	348
	Pág.
Tabla 5.17: Estado de pérdidas y ganancias o estado de resultados	350
Tabla 5.18: Activos totales	351
Tabla 5.19: Recursos financieros	352
Tabla 5.20: Cuadro de fuente y usos de fondo de efectivo o Flujo de caja del proyecto	353
Tabla 5.21: Balance general proyectado	355
Tabla 5.22: Indicadores para los análisis financieros	357
Tabla 5.23: Resumen índice de endeudamiento	363
Tabla 5.24: Endeudamiento con pasivos y con patrimonio	365
Tabla 5.25: Índices de rentabilidad	368
Tabla 5.26: Calculo del punto de equilibrio: costo fijo	373
Tabla 5.27: Calculo del punto de equilibrio: precio de venta y costo Variable	374
Tabla 5.28: Punto de equilibrio para Visitas de niños	375
Tabla 5.29: Punto de equilibrio para visitas de adultos	377
Tabla 5.30: Análisis de sensibilidad de visitas niños: Punto de equilibrio con cambios en el precio	379
Tabla 5.31: Análisis de sensibilidad de visitas adultos: Punto de equilibrio con cambios en el precio	381
Tabla 5.32: Análisis de sensibilidad visitas niños: punto de equilibrio con cambios en el costo fijo	382
Tabla 5.33: Análisis de sensibilidad visitas adultos: punto de equilibrio con cambios en el costo fijo	384
Tabla 5.34: Análisis de sensibilidad visitas niños: punto de equilibrio con cambios en el costo variable	385
Tabla 5.35: Análisis de sensibilidad visitas adultos: punto de equilibrio con cambios en el costo variable	387

**CAPITULO VI. EVALUACIÓN FINANCIERA**

Tabla 6.1:	Cuadro de fuente y usos de fondo de efectivo neto o flujo de caja neto del proyecto (millones del año 1)	397
Tabla 6.2:	Resumen flujo de efectivo neto o flujo de caja neto del proyecto (millones del año 1)	399
Tabla 6.3:	Análisis de sensibilidad: VPN con cambios en la tasa de Interés	405
Tabla 6.4:	Análisis de sensibilidad: VPN y TIR con cambios en el precio de entradas para niños.	406
Tabla 6.5:	Análisis de sensibilidad: VPN y TIR con cambios en el precio de visitas adultos	408
Tabla 6.6:	Análisis de sensibilidad: VPN y TIR con cambios en los costos fijos	409
Tabla 6.7:	Análisis de sensibilidad: VPN y TIR con cambios en los gastos generales de administración	411
Tabla 6.8:	Análisis de sensibilidad: VPN y TIR con cambios en los gastos de ventas	412
Tabla 6.9:	Análisis de sensibilidad: VPN y TIR con cambios en las tasas de interés del préstamo	414
Tabla 6.10:	Análisis de sensibilidad: VPN y TIR con cambios en las tasas de impuestos	415

**CAPITULO VII. EVALUACIÓN ECONÓMICA Y SOCIAL**

Tabla 7.1:	Mercado laboral	421
------------	-----------------	-----

**CAPITULO VIII. EVALUACIÓN AMBIENTAL**

Tabla 8.1:	Granja Interactiva – Fase de Preparación y Construcción-	438
------------	--	-----

Tabla 8.2:	Granja Interactiva – Fase Operativa –	439
		Pág.
Tabla 8.3:	Zona de Piscinas – Fase de Preparación y Construcción-	440
Tabla 8.4:	Zona de Piscinas – Fase Operacional-	441
Tabla 8.5:	Juegos Infantiles – Fase de Preparación y Construcción-	442
Tabla 8.6:	Juegos Infantiles – Fase Operativa-	443
Tabla 8.7:	Canchas Polideportivas	
	– Fase de Preparación y Construcción-	444
Tabla 8.8:	Canchas Polideportivas – Fase Operativa-	445
Tabla 8.9:	Lago Eco-Recreativo y de Pesca	
	–Fase de Preparación y Construcción-	446
Tabla 8.10:	Lago Eco-Recreativo y de Pesca – Fase Operativa-	447
Tabla 8.11:	Kiosco –Fase de Preparación y Construcción-	448
Tabla 8.12:	Kiosco –Fase Operativa-	449
Tabla 8.13:	Área Administrativa, Zona “C” y Plaza de Comidas	
	–Fase de Construcción y Preparación-	450
Tabla 8.14:	Área Administrativa, Zona “C” y Plaza de Comidas	
	–Fase Operativa-	451
Tabla 8.15:	Plan de Manejo Ambiental, PMA.	
	–Fase de Construcción y Preparación-	454
Tabla 8.16:	Plan de Manejo Ambiental, PMA –Fase Operativa-	456
Tabla 8.17:	Presupuesto del Plan de Manejo Ambiental	
	-Fase Operativa-	460

## LISTA DE FIGURAS

	Pág.	
<b>CAPITULO I. GENERALIDADES DEL PROYECYO</b>		
Figura 1.1	Mapa del Departamento del Cauca	52
Figura 1.2:	Cerro La Tetilla	55
Figura 1.3:	Calle Central	55
Figura 1.4:	Paisaje del Departamento del Cauca y Popayán, Ciudad Blanca	56
Figura 1.5:	Paisaje del Departamento del Cauca y Popayán, Ciudad Blanca	56
Figura 1.6:	Paisaje del Patía	58
Figura 1.7.	Artesanos del Patía	58
Figura 1.8:	Santander de Quilichao	59
Figura 1.9:	Sembrado de Caña de Azúcar	60
Figura 1.10:	Parque Central de Santander de Quilichao	60
Figura 1.11:	Trapiche del Cauca	61
Figura1.12:	Paisaje de Santa Rosa	62
Figura 1.13:	Niños de Guapi	62
Figura 1.14:	Forma de Transporte en la Zona Pacífica del Cauca	63
Figura 1.15:	Mujeres Cantoras de Guapi	64
Figura 1.16:	Estatua de Sebastián de Belalcázar, Cerro el Morro	64
Figura 1.17:	Torre del Reloj	65
Figura 1.18:	Iglesia de Santo Domingo	65
Figura 1.19:	Iglesia de Belén	65
Figura 1.20:	Procesiones Chiquitas	66
Figura 1.21:	Flora Cauca- Orquídea	67
<b>CAPITULO II. ESTUDIO DEL MERCADO</b>		
Figura 2.1:	Granja interactiva	93



Figura 2.2:	Granja interactiva	93
		Pág.
Figura 2.3:	Granja interactiva	94
Figura 2.4:	Lago de pesca	95
Figura 2.5:	Lago eco-recreativo	96
Figura 2.6:	Zona de camping	96
Figura 2.7:	Tú aporte al parque	97
Figura 2.8:	Tú aporte al parque	97
Figura 2.9:	Zona recreativa	98
Figura 2.10:	Zona recreativa	98
Figura 2.11:	Zona recreativa	98
Figura 2.12:	Juegos infantiles	98
Figura 2.13:	Juegos infantiles	98
Figura 2.14:	Juegos infantiles	99
Figura 2.15:	Juegos infantiles	99
Figura 2.16:	Zona C	100
Figura 2.17:	Zona C	100
Figura 2.18:	Zona C	100
Figura 2.19:	Kiosco de eventos	101
Figura 2.20:	Plaza de comidas	101
Figura 2.21:	Salón de juegos tradicionales	102
Figura 2.22:	Salón de juegos tradicionales	102
Figura 2.23:	Logotipo	106
Figura 2.24:	Mercado meta	107
Figura 2.25:	Pregunta N° 1	116
Figura 2.26:	Pregunta N° 2	116
Figura 2.27:	Pregunta N° 3	117
Figura 2.28:	Pregunta N° 4	118
Figura 2.29:	Pregunta N° 4a	118
Figura 2.30:	Pregunta N° 4b	119

Figura 2.31: Pregunta N° 5	120
	Pág.
Figura 2.32: Pregunta N° 6	121
Figura 2.33: Pregunta N° 7	122
Figura 2.34: Pregunta N° 8	123
Figura 2.35: Pregunta N° 9	124
Figura 2.36: Pregunta N° 10	125
Figura 2.37: Pregunta N° 10a	126
Figura 2.38: Pregunta N° 11	128
Figura 2.39: Pregunta N° 11a	129
Figura 2.40: Pregunta N° 13	130
Figura 2.41: Pregunta N° 14	131
Figura 2.42: Pregunta N° 15	132
Figura 2.43: Pregunta N° 16	133
Figura 2.44: Pregunta N° 16a	134
Figura 2.45: Pregunta N° 17	135
Figura 2.46: Pregunta N° 17a	136
Figura 2.47: Pregunta N° 18	137
Figura 2.48: Pregunta N° 19	138
Figura 2.49: Pregunta N° 20	139
Figura 2.50: Pregunta N° 22	141
Figura 2.51: Población en Popayán de 1999 a 2005	146
Figura 2.52: Población en Popayán de 2008 a 2017	150
Figura 2.53: Precios de los servicios del Parque	161
Figura 2.54: Diseño de la publicidad en periódicos	169
Figura 2.55: Diseño de la publicidad en periódicos	170
Figura 2.56: Diseño de la publicidad en periódicos	170
Figura 2.57: Diseño de la publicidad en periódicos	171
Figura 2.58: Diseño de la publicidad en periódicos	171
Figura 2.59: Diseño de aviso para el directorio telefónico	176

Figura 2.60: Diseño de la tarjeta cliente Divertura	178
---	-----

Pág.

### **CAPITULO III. ESTUDIO TECNICO**

Figura 3.1: Estaciones de la granja interactiva	189
Figura 3.2: Localización: Mapa referencial de ubicación del Departamento del Cauca	208
Figura 3.3: Localización: Municipio de Popayán	209
Figura 3.4: Municipio de Popayán, Comuna 1, Campo Bello	215
Figura 3.5: Lote para la ubicación de DIVERTURA	217
Figura 3.6: Ganado de la zona	218
Figura 3.7: Lote de la hacienda	219
Figura 3.8: Árboles de Guayacanes	220
Figura 3.9: Forma del suelo de la zona	221
Figura 3.10: Antigua vía panamericana frente al lote	221
Figura 3.11: Ilustración del servicio público de la zona	222
Figura 3.12: Ubicación de los peces en el lago	227
Figura 3.13: Distribución de la Zona “C”	232
Figura 3.14: Proceso general para la prestación de los servicios del Parque	235
Figura 3.15: Proceso de la granja interactiva	237
Figura 3.16: Proceso del lago de pesca	238
Figura 3.17: Proceso del lago eco-recreativo	240
Figura 3.18: Proceso de la zona de camping	241
Figura 3.19: Proceso de la zona recreativa	242
Figura 3.20: Proceso de la zona “C”	244
Figura 3.21: Precios de los servicios del Parque	255
Figura 3.22: Distribución de planta	279

### **CAPITULO IV. ESTUDIO ADMINISTRATIVO**

Figura 4.1: Estructura organizacional – Fase de inversión	298
---	-----

Figura 4.2	Estructura organizacional – Fase operacional	305
		Pág.

Figura 4.3:	Proceso de contratación	310
-------------	-------------------------	-----

Figura 4.4:	Proceso de selección	311
-------------	----------------------	-----

## **CAPITULO V. ESTUDIO FINANCIERO**

Figura 5.1	Punto de equilibrio de las visitas de niños	376
------------	---	-----

Figura 5.2	Punto de equilibrio de las visitas de adultos	378
------------	---	-----

Figura 5.3	Punto de equilibrio vs precio visitas de niños	380
------------	--	-----

Figura 5.4	Punto de equilibrio vs precio visitas de adultos	381
------------	--	-----

Figura 5.5	Punto de equilibrio vs costo fijo – visitas niños	383
------------	---	-----

Figura 5.6	Punto de equilibrio vs costo fijo – visitas adultos	384
------------	---	-----

Figura 5.7	Punto de equilibrio vs costo variable – visitas niños	386
------------	---	-----

Figura 5.8	Punto de equilibrio vs costo variable – visitas adultos	387
------------	---	-----

## **CAPITULO VI. EVALUACIÓN FINANCIERA**

Figura 6.1:	Diagrama de flujo de efectivo neto	399
-------------	------------------------------------	-----

Figura 6.2:	VPN vs tasa de interés	405
-------------	------------------------	-----

Figura 6.3:	VPN vs Precio de las visitas niños	407
-------------	------------------------------------	-----

Figura 6.4:	VPN vs precio visitas Adultos	408
-------------	-------------------------------	-----

Figura 6.5:	VPN vs Costos Fijos	410
-------------	---------------------	-----

Figura 6.6:	VPN vs gastos generales de administración	411
-------------	---	-----

Figura 6.7:	VPN vs gastos de ventas	413
-------------	-------------------------	-----

Figura 6.8:	VPN vs tasa de interes del prestamo	414
-------------	-------------------------------------	-----

Figura 6.9:	VPN vs tasa de impuestos	415
-------------	--------------------------	-----

## INTRODUCCIÓN

Hace aproximadamente dos años en tres estudiantes de Administración de Empresas surgió la inquietud de crear algo propio y de trabajar en una idea que pudiera además de servir como opción de grado, ser una alternativa de negocio.

Inicialmente todo era confuso, puesto que se creía que era difícil encontrar una buena idea, pero poco a poco fueron surgiendo diferentes alternativas, las cuales se evaluaban, se mejoraban o se desechaban.

A continuación se mencionan algunas de estas ideas:

**CREACIÓN DE UN CENTRO EDUCATIVO.** En el que se busca integrar a los estudiantes de básica primaria, bachillerato y universitarios para que puedan encontrar asesoría y solución a sus posibles inquietudes escolares, creando cultura académica y amor a ella.

Estará organizado por clubes en el que se manejen disciplinas tales como: Club de Matemáticas, Club de Lecto-Escritura, Club de Biología, Club de Ingenieros, Club de Investigación, Club de Lenguas, Club de Administración, Club del Agro, Club de la Industria, Club de la naturaleza.

De acuerdo a cada club se organizarán diferentes actividades que atraigan a las personas que pertenezcan a esa disciplina.

Contando con un recorrido que estimule a la gente a conocer y a educarse, se organizarán aulas virtuales o sitios para conferencias en los que de una manera amena den a conocer al público los temas de interés.

Se tendrá un énfasis en Administración, donde se podrá encontrar un banco de proyectos, asesorías financieras, de cómo crear empresa, y de cómo posicionar su empresa, entre otras.

Como una actividad adicional se realizarán en determinado periodo de tiempo olimpiadas que permitan medir el conocimiento adquirido.

**CREACIÓN DE UN CENTRO DE CONVENCIONES.** En donde la ciudadanía Payanesa contará con un sitio que le permitirá realizar conferencias, simposios, diplomados o congresos, entre otros , con el fin de posicionar a la ciudad y Departamento como un sitio más para desarrollar eventos empresariales que tengan repercusión económica y social en los ciudadanos.

**REALIZACIÓN DE EVENTOS CON UN TOQUE DE TECNOCULTURALIDAD.** Esta idea tiene que ver con la puesta en marcha de actividades que reúnan a profesionales específicamente Antropólogos, no sólo de Colombia sino del mundo con el fin que puedan conocer las diferentes costumbres y tradiciones del Cauca, que de acuerdo a varios expertos y en especial al Economista ANDRES CASTRILLÓN, gestor de la nueva definición, incrementaría la actividad turística en el Departamento, debido al sin numero de riquezas naturales y ancestrales que posee y que son dignas de proyectar.

Después de mucho deliberar, observar y analizar se concluyó que se quería hacer algo que pudiera aportar a nuestro Departamento, en donde además se generará una alternativa para todos sus habitantes; es por eso que se comenzó a averiguar qué creían las personas que le hacia falta a la ciudad de Popayán para que se sintieran completamente a gusto.

A partir de lo anterior, se empezó a pensar en una alternativa que brindara diversión a los habitantes de Popayán, y que a la vez fuera una ventana para dar a conocer el Departamento del Cauca.

Una vez se tuvo claro el objetivo, se empezó a desarrollar la idea, valiéndose de varias herramientas entre ellas el benchmarking,

Inicialmente la idea era crear un lugar donde se pudieran mostrar todos los aspectos etnoturísticos que posee el Cauca, pero se encontró que el parque era bastante amplio, ya que contaba con gran variedad de servicios entre ellos están:

- La división por zonas del Departamento, en donde se promocionará el turismo, es decir, se agrupará: la zona norte, sur, oriente y occidente y por ejemplo: en la zona norte se hablará de la caña de azúcar y otros beneficios que ofrecen Municipios como Santander de Quilichao, Villarrica, Puerto Tejada, Miranda, Corinto, etc.
- Cada área será como un mundo, donde se muestre del grupo de Municipios: su cultura, sitios turísticos, actividad económica, gastronomía, fauna (pueden ser artificiales o elaborados en diferentes materiales tales como: fibra, madera, pintura, arcilla u otro material, etc.).
- Alrededor del parque habrán senderos ecológicos por los cuales se pueden realizar caminatas o paseo en bicicleta.
- Tú aporte al parque: sitio donde se pueda pintar sobre papel, piedras, guadua, caña, sembrar un árbol o flores, que enluzcan y hagan llamativa y divertida la visita, además que permita dejar un recuerdo de quien estuvo en el parque.
- Zona de Por qué creer en el Cauca: ideas innovadoras, artistas destacados del Cauca, proyectos y empresas del Cauca, etc.
- Homenaje a los Presidentes Caucanos

Además se pensó en ofrecer servicios adicionales a los generales y servicios futuros, con el fin de estar innovando en el parque: *SERVICIOS ADICIONALES*: Pesca Deportiva, Zonas deportivas en donde se encontraran: Canchas de fútbol, microfútbol, baloncesto, tenis, y voleibol, piscina para adultos y piscina para niños; Zona de Juegos tradicionales: Sala de billar, juego de sapo, juego de tejo, ping pong, ajedrez, parques, domino, cartas; zona de Golfito; Juegos Infantiles; Lago Decorativo; Cabañas, que serán los sitios que se acondicionara para los turistas y visitantes; Salón de Conferencias; Salón de Eventos; Restaurante Principal; Cafetines: dos que estarán distribuidos en el parque; Sauna y turco al lado de la Piscina; Cada mes se organizarán eventos que incentiven la visita al parque; Mini Bosque; Zona de Relajación (simulación al parque de los pies descalzos en Medellín); *INNOVACIONES FUTURAS*: Paseo en Chiva, Ciudad de Hierro, Zoológico Caucano, Motocross, cars, cabalgatas, motos acuáticas, Spa : zona de belleza con gimnasio, sala de masajes, sala de belleza, etc.

Teniendo en cuenta también que los servicios antes mencionados en algún momento pueden necesitar mejoras se pensó en realizar posibles alianzas con otros sitios turísticos de Colombia.

Como se puede observar el anterior Parque abarca mucho y no tiene un segmento de mercado claramente definido, es por esto que se escuchó la opinión de expertos como lo es el profesor Andrés Castrillón, quien propuso varias modificaciones al Parque y contribuyó significativamente en la construcción de la idea final.

Para obtenerla se pasó por muchas etapas que se vivieron a la par con el desarrollo de las actividades académicas y con la ayuda del Profesor Jorge Arbey Tobar Dejesús quien se esforzó por que cada día la exigencia por el trabajo fuera uno de los pilares fundamentales para su desarrollo y porque ante las barreras que se presentaran la solución se encontrara rápidamente.



Finalmente se obtuvo la idea definitiva del Parque que no era tan grande como el que se pensó, pero que tenía inmerso en él un pedazo de cada una de las autoras de proyecto, y por supuesto del Director de esta tesis.

El siguiente documento cuenta con ocho (8) Capítulos discriminados así:

En el Capítulo I denominado *Generalidades del Proyecto*, se tratan los aspectos sobre los cuales gira el estudio, y las bases para desarrollar la idea de DIVERTURA, entre estos están: la recreación, el esparcimiento, definición de parque y una pequeña representación del turismo del Cauca en el proyecto. Adicional a lo anterior se hace un análisis de entornos que permite ver la situación a la cual se enfrentará el Parque.

En el Capítulo II se analiza la viabilidad del proyecto desde el punto de vista del *Mercado*, considerando cada uno de sus seis componentes: El servicio, donde se describen los servicios ofrecidos por la empresa; la demanda y la oferta existente para dichos servicios; el precio sugerido; los canales de distribución y la promoción a utilizar.

En el Capítulo III denominado *Estudio Técnico*, se presenta: a) El tamaño del proyecto, analizando la capacidad instalada, utilizada y su respectiva programación; b) La localización macro y micro de la empresa; c) La ingeniería del proyecto, donde se describen técnicamente los servicios, se determina la tecnología, los materiales, los equipos y el personal técnico requerido para su prestación; d) El edificio a utilizar y la respectiva distribución de planta para la operación de la empresa; y, e) La programación para la Ejecución del Proyecto.

El Capítulo IV contempla la viabilidad *Administrativa del Proyecto*. Se hace un planteamiento claro de la organización necesaria para la fase de inversión y operación del proyecto. En la primera etapa se describe la estructura organizativa y se describen los cargos que la componen y para la fase de operación se comenta el tipo de empresa a constituir y sus disposiciones legales; se presentan

además las políticas que regirán el actuar de la empresa (la misión, visión y objetivos organizacionales), y el talento humano que la integrará; la estructura organizativa adecuada para la operación; la descripción respectiva de los cargos; y los gastos administrativos de Divertura.

En el Capítulo V denominado *Estudio Financiero*, se determina la viabilidad financiera del proyecto, el cual contiene: a) Determinación y cálculo de las inversiones a realizar en el proyecto (Inversiones fijas, gastos preoperativos y capital de trabajo); b) Financiación del proyecto; c) Los costos de operación y financiación (costos de venta, gastos operativos y costos de financiación); d) Las proyecciones financieras (ingresos por concepto de ventas, estado de resultados, cuadro de fuentes y uso de fondos o flujo de caja y el balance proyectado); e) El análisis financiero del balance de resultados con base a sus indicadores financieros; y f) El análisis del punto de equilibrio para cada uno de los servicios ofrecidos por la organización con sus respectivas sensibilidades.

En el Capítulo VI se muestran los resultados de la *Evaluación Financiera* del proyecto, a partir del cuadro de flujo de efectivo neto, como indicadores de la bondad financiera del proyecto se presenta el Valor Presente Neto VPN, la Tasa Interna de Retorno TIR y la relación Beneficio Costo (B/C). Además se presenta el análisis de sensibilidad para los dos tipos de tarifas ofrecidas, es decir, para adultos y niños.

La *Evaluación Económica y Social* del proyecto se contempla en el Capítulo VII, dando una descripción de cómo será este impacto y cuales serán los beneficios que DIVERTURA traerá a la comunidad.

En el Capítulo VIII se presenta la *Evaluación Ambiental* del proyecto. Aquí se identifican los principales impactos y efectos ambientales que tendría el Parque si se constituye; y se define un plan de manejo ambiental para contrarrestar los aspectos negativos que llegase a producir la implementación de este proyecto.

Por último se tiene en el Capítulo *IX* las *Conclusiones Generales* del estudio, en donde se resumen los principales aspectos que resultan en cada uno de los temas que se mencionaron anteriormente.

## **CAPITULO I**

### **GENERALIDADES DEL PROYECTO**

Durante los últimos años, el esparcimiento, la recreación y el turismo, se han consolidado como las principales industrias a nivel mundial por delante de otros sectores, y son además las más altas y profundas aspiraciones de los pueblos pues constituyen un importante elemento para el desarrollo social, económico y político en muchos países.

Además son las actividades que rompen con las tendencias globales, pues ofrecen al visitante un espacio en donde pueda disponer de mayor tiempo libre para visitar su familia o amigos, tener nuevas experiencias y descansar, lo que se traduce en una mejora del nivel de vida y en un incremento del aprovechamiento de los recursos que se poseen.

En el caso del Parque de Diversión y Cultura, Divertura<sup>1</sup>, el turismo tendrá un espacio importante, pero se le dará mayor enfoque al esparcimiento y a la recreación que pueda brindar, pues de acuerdo a la investigación de mercados que más adelante será explicada, los payaneses buscan su distracción por medio de las actividades lúdicas, que pueden ser complementadas con eventos que les permitan conocer su Departamento.

Lo anterior confirma que el proyecto Divertura no es un proyecto turístico, ya que en un principio su mercado objetivo se centra en los habitantes de la capital caucana, pero se espera que en el futuro, el parque pueda atraer turistas, es decir, motive el desplazamiento de personas que habiten en regiones diferentes a

---

<sup>1</sup> DIVERTURA: Nombre dado al Parque que se pretende crear, es denominado así porque se conjuga la diversión y cultura a proyectar del Cauca para Popayán.

Popayán y tengan la intención de pernoctar al menos un (1) día en la ciudad. (Ver figura 2.24: Mercado Meta, página: 107).

Es por eso que a continuación se presentará el desarrollo de todos estos temas que se mencionaron anteriormente, a los que se les adiciona un análisis de entornos que mostrará la situación en la cual se desenvolverá el Parque y el impacto a generar.

# 1. TURISMO

## 1.1 DEFINICIÓN

El *Turismo* es una actividad cuyo protagonista es el hombre, por lo que, al desarrollarse en el campo personal cada quien tiene su interpretación, la cual depende de sus vivencias, deseos, gustos, motivos, cultura, idioma, etcétera, por lo tanto su definición desde el punto de vista general se torna dificultosa y a veces contradictoria.

Etimológicamente y de acuerdo al diccionario de la lengua española, turismo se deriva de la palabra latina "**tornus**" que quiere decir vuelta o movimiento, la cual fue adoptada por los ingleses, franceses y españoles con ese sentido. Por eso hoy cuando se ofrece un viaje turístico, es decir, un movimiento de personas que se trasladan o viajan por placer, se les invita a participar de un "**tour**"<sup>2</sup> a determinado destino.

Otras Definiciones:

- Es el movimiento migratorio temporal, por tierra, mar o aire, que desplaza a los turistas de un punto geográfico a otro. La corriente turística<sup>3</sup> puede desarrollarse dentro o fuera de un mismo país, generando el concepto de turismo interior, turismo exterior y turismo receptivo<sup>4</sup>.
- Actividad lúdica que implica el traslado del lugar habitual de residencia a un lugar de destino durante más de un día completo<sup>5</sup>.

---

<sup>2</sup> Tour: Es un recorrido que se realiza en una misma localidad o sus alrededores más cercanos, lo que incluye: transporte colectivo con o sin guía, entradas a monumentos o estacionamientos diversos en algunos casos con pensión alimenticia.

<sup>3</sup> Corriente Turística: Conjunto de personas que con fines turísticos se desplazan de un lugar a otro constituyendo un caudal continuo con características especiales para la realización de actividades ajenas a las de la rutina.

<sup>4</sup> [es.wikipedia.org/wiki/Turismo](http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo).

<sup>5</sup> [club.telepolis.com/geografo/glosario/t.htm](http://club.telepolis.com/geografo/glosario/t.htm)

- Es una actividad que se debe al desplazamiento entre una comunidad emisora a una receptora, por más de veinticuatro horas o menos de 365 días y con un motivo no lucrativo<sup>6</sup>.
- Flujo de personas que viajan al interior de un país, procedentes de otras regiones de dicha nación o de otras partes del mundo<sup>7</sup>.
- Es: “una manera de pasarla bien”, “es la forma de conocer nuevas culturas”, “es viajar”, “son nuevas fronteras” y es “realizar intercambios culturales”<sup>8</sup>.
- Es todo desplazamiento voluntario y temporal determinado por causas ajenas al lucro, el conjunto de bienes, servicios y organización que en cada nación determinan y hacen posibles esos desplazamientos y las relaciones y hechos que entre éstos y los viajeros tienen lugar<sup>9</sup>.
- "El turismo es la afición a viajar por el gusto de recorrer un país"<sup>10</sup>.

A nivel general, lo anterior es lo que se puede encontrar de turismo, por esa razón será complementado con lo que se trabajará en el presente proyecto, a lo cual se le ha adicionado los términos sostenibilidad<sup>11</sup> o sustentabilidad<sup>12</sup>, que amplían el concepto que se está manejando en estos momentos y que son los que muestran lo que pretende ser Divertura, por esa razón el turismo es:

---

<sup>6</sup> members.tripod.com/eduturismo/glosario.htm

<sup>7</sup> www.scotiabankinverlat.com/scotiatrade/glosariot.asp

<sup>8</sup> Definiciones dadas por estudiantes de diferentes países en el intercambio de invierno, en The Balsams Grand Hotel Resort, Dixville Notch, New Hampshire, Estados Unidos.

<sup>9</sup> Dr. José Ignacio Arrillaga, español de grandes conocimientos turísticos, Libro " Ensayos sobre Turismo " publicado en Febrero de 1962.

<sup>10</sup> Profesor Manuel Ortuño Martínez. "Estudio del Turismo "publicado en 1966.

<sup>11</sup> El diccionario de la Real academia Española, define el termino sostenible como “dicho de un proceso: que puede mantenerse por sí mismo, como lo hace, por ejemplo, un desarrollo económico sin ayuda exterior ni merma de los recursos existentes”.

<sup>12</sup> Se utiliza el vocablo sustentar, como algo que se puede defender con razones o conservar una cosa en su ser o estado.

Para efectos del presente trabajo y debido a la investigación realizada, las estudiantes han decidido utilizar el término o adjetivo de sostenibilidad, para abordar su definición.

*Una actividad de relevante importancia económica, determinada en parte, por su contribución a la generación de riqueza y empleo y también por su efecto arrastre sobre otros sectores que le confieren un carácter estratégico de primera magnitud, además de ser hoy en día la que proporciona un positivo efecto en el desarrollo de infraestructuras y servicios públicos.*

*Adicional a lo anterior, el impacto que deja esta actividad, necesita tener repercusiones en el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes de la región de hoy y del futuro, representado en la aplicación de un turismo sustentable o sostenible, que debe proveer una mayor experiencia al visitante, preservar al medio ambiente –natural y cultural-, arrojar mayores niveles de rentabilidad económica a los residentes locales y por último asegurar la obtención de beneficios a los empresarios, pues son quienes patrocinaran.*

Como se puede ver, este concepto reúne varias características, ya que lo que se pretende mostrar con la creación de este producto turístico<sup>13</sup>, es decir, del Parque Divertura, es esa gran cantidad de riquezas naturales y culturales que posee el Departamento del Cauca, porque si bien es cierto lo que busca el parque es una promoción a nivel general de la región, no una promoción parcializada de lo que se posee, ya que esto es lo que se ha venido presentando todos los años, pues para muchos el Cauca es Popayán con su Semana Santa y otros Municipios netamente agrícolas o primarios, que necesitan mucho por desarrollar y que no se les ha valorado como debe ser de acuerdo a la importancia y aporte que pueden llegar a ofrecer al país<sup>14</sup>.

---

<sup>13</sup> Producto Turístico: Constituido por el conjunto de aspectos tanto naturales y culturales como estructurales que hacen de un lugar un atractivo para la visita. La primera parte del producto turístico la constituyen los servicios creados para facilitar la permanencia del hombre en los lugares distantes al habitual. En la otra parte se trata de estudiar aquellos elementos naturales y culturales que por sus características propias poseen lo necesario para que el individuo pueda satisfacer plenamente sus actividades y motivaciones turísticas.

<sup>14</sup> Observación hecha por las autoras del proyecto, que después de permanecer toda su vida en esta ciudad se han dado cuenta de esta situación que puede ser comprobada por los medios de comunicación que solamente promocionan al Departamento en Semana Santa ó en ocasiones como cuando suceden tomas guerrilleras u otros problemas; de lo contrario no se figura en ningún lugar.



## 1.2 ANTECEDENTES DEL TURISMO

A continuación se hará un recuento histórico de lo que ha sido el turismo a través de los tiempos con el fin de conocerlo más a fondo, y de acuerdo a esto tener una mayor idea de la trayectoria que ha tenido esta actividad que siempre ha existido.

El turismo es tan antiguo como el hombre y nace con él mismo. Por esta razón, se comienza hablando de los indio nómadas, quienes inconscientemente eran turistas y a la vez receptores de turismo; si se recuerda ellos se desplazaban de un lado a otro dependiendo de las necesidades que tuvieran, lo que hacía que conocieran muchos lugares y a la vez dejarán un legado.

Continuando con el relato, se puede citar a Marco Polo como uno de los primeros turistas más reconocidos, pues desde muy pequeño realizaba esta actividad con su padre entre Venecia y China (Catay), en donde precisamente fue hecho prisionero por inmiscuirse en la Guerra de Venecia contra Génova, es entonces ahí donde comienza a contar sus aventuras y a la vez a escribir los celebres *Viajes de Marco Polo*, los cuales además de influir en su libertad son catalogados como lo primeros escritos del turismo en el mundo.

En cuanto a la literatura se observa claramente estos inicios en los viajes que narran en: La Envida, La Iliada y también se pueden incluir los Juegos Olímpicos Griegos como causantes de muchas características del turismo y la recreación.

En la edad Media, el deseo de conquista motiva a los desplazamientos humanos con el ánimo de encontrar regiones, se dan las Guerras de Cruzadas y las Peregrinaciones a Santiago de Compostela.

Como se puede ver todo hasta el momento iba a un mismo ritmo, pero siempre tiene que presentarse una aceleración o desaceleración en la historia; para este caso es un acelere. A continuación se presentarán los hechos que marcaron la pauta para la aparición del Turismo.

- Siglo XVI aparece en Italia el uso de coches y carrozas y en Alemania surge el coche de uso ligero denominado Berlina, es por eso que hasta el siglo XVII se caracteriza por presentarse un viaje de caballero y diligencia.
- En el siglo XVII aparece el Gran Tour, que era un viaje que realizaban los caballeros ingleses para complementar su educación. Los jóvenes de la nobleza, llamados turistas durante el viaje, hacían un recorrido por ciudades europeas para conocer la historia del mundo clásico y las creaciones artísticas emblemáticas de la historia occidental. El viaje se hacia por los territorios amigos, también con el fin de afianzar un estado de paz.
- En el siglo XVIII la burguesía de las principales potencias europeas también imitó la práctica del Gran Tour que antes sólo se limitaba a la nobleza y poco a poco los motivos de viaje cambiaron y se ampliaron las esferas de quienes lo realizaban. En el contexto del romanticismo, aquellos con poder adquisitivo suficiente se trasladaban temporalmente al campo para admitir la naturaleza y ausentarse de los ritmos urbanos.
- En el siglo XIX se desarrollan las líneas ferroviarias especialmente en Europa y Estados Unidos. A mediados de este siglo se considera a los Museos y Monumentos como lugares de interés turístico y se establecen regulaciones de horarios y precios. Surge la Primera *Agencia de Viajes*, liderada por el señor Thomas Cook en 1.841, quien ofrecía servicios de medidora entre la demanda del cliente y una oferta de transporte, alojamientos con atractivos turísticos.

- En el siglo XX se vivencia un tímido crecimiento, cortado bruscamente por la primera guerra mundial (1.914 – 1.918). El turismo se recupera en la post – guerra, hasta el año 1.929 que decae por efectos negativos de la gran depresión de los Estados Unidos, a lo que se le suma que el transporte Marítimo se establece como único medio transcontinental y el inicio de la transportación aérea.
- Entre otras manifestaciones está el surgimiento de promotores internacionales y el desarrollo de grandes compañías ferrocarrileras. Se desarrolla la tendencia a eventos deportivos. Clubes Alpinos, una primitiva labor propagandística y la creación de oficinas de información.

Como se puede ver ha sido largo el recorrido de los antecedentes del turismo, que en estos momentos sigue evolucionando y posesionándose como una de las actividades más atractivas para un inversionista y como una forma de encontrar nuevas aventuras para las personas que buscan distraerse y cambiar de rutina, por esta razón Divertura, quiso conocer acerca de esta parte, pues es necesario saber en el momento de ir a mostrar lo que posee el Cauca, cómo ha sido que el turismo ha llegado a ser una forma de brindar oportunidades y ventajas, representadas en opciones para el mundo en general.

### **1.3 CLASIFICACION DEL TURISMO**

La clasificación se da de acuerdo a la intención que tenga el turista, pero para efectos de ser más concretos se tomará la clasificación que da el Ingeniero Rafael Ramírez Castellano<sup>15</sup> que es la más general y que incluye a Divertura.

---

<sup>15</sup> Rafael Ramírez Castellano: Ingeniero Civil de la Universidad de los Andes, actualmente es presidente de C.A constructora RAMCAS y de inversiones para el turismo C.A (Hotel la Pedregosa). Libro: Venezuela, Conciencia, Turismo y Desarrollo. (1988).

**Turismo de negocios.** Es el turismo que practica el hombre de negocios (Comerciante, profesional o técnico) cuando al desarrollar sus actividades mercantiles o profesionales, aprovecha la oportunidad para disfrutar de las bondades climáticas, bellezas paisajísticas y sitios de diversión.

**Turismo cultural y científico.** Es el turismo que practican individuos o grupos en función de manifestaciones culturales, festivales de músicas, de arte, de poesía, de cine, de teatro o de ciencia y tecnología que visitan sitios apropiados a tales fines y comparten su tiempo con actividades turísticas.

Las reuniones de tipo cultural o científico, de grupos, se realizan, así como las de comerciantes e industriales, a través de las convenciones o congresos. Las corrientes turísticas que este tipo de convenciones producen son muy importantes porque generalmente están integradas por personas de un nivel superior de cultura que enriquece el acervo del sitio donde se desarrollan y además, que por su posición social, son a la vez, económicamente más dadas a un mayor gasto turístico per capita. El turismo cultural y científico, es selecto y educativo y como el comercial e industrial o de hombres de negocios, es también productivo.

**Turismo de deportes.** Ó "*Turismo del entusiasmo*", porque es el que mueve más gente joven y además es el turismo "más sano" porque su motivo principal es el deporte y el deporte es salud. Este turismo es de vital importancia para un país, porque entretiene a su juventud en actividades y disciplinas sanas, lo que repercute no solo en beneficio de este sector sino de otros sectores, trayendo como consecuencia el bienestar colectivo para el país.

**Turismo de descanso y esparcimiento.** Este es el turismo más estrictamente apegado a la definición tradicional del mismo, es decir, a la más generalizada y la más primaria. Turismo de descanso y esparcimiento es el que practica la persona que desea vacacionar, descubrir bondades y costumbres de otras regiones,

distintas al sitio donde reside. En esta clase de turismo el hombre realiza su deseo de cambiar de ambiente; es el caso del canadiense que cambia la nieve por la arena y el sol de San Andrés, o del margariteño que cambia su playa por la cordillera Andina, o el habitante ciudadano que busca descanso y la paz bucólica.

El parque Divertura se encuentra ubicado dentro de esta clasificación, pues ofrecerá al público un sitio con los valores turísticos<sup>16</sup> que posee el CAUCA, y que son dignos de mostrar al mundo o corriente turística<sup>17</sup>, que busca un sitio para cambiar su rutina de trabajo o estudio, a través del descanso, el esparcimiento y el conocimiento de nuevas culturas y tradiciones. Es por eso que la parte del parque que se destinará al Cauca estará dividida en cuatro zonas, La Andina, La Pacífica, La Amazónica y Popayán, pues son estas las que mejor lo representan.

Además de lo anterior, Divertura, se enmarca dentro de lo que es el Ecoturismo<sup>18</sup>, ya que se quieren desarrollar áreas con un atractivo natural especial enmarcándolas dentro de los parámetros del desarrollo humano sostenible, se busca ofrecer educación al visitante a través de la observación, el estudio de los valores naturales y de los aspectos culturales relacionados con ellos.

#### **1.4 RELACION DEL PROYECTO Y EL TURISMO (IMPORTANCIA)**

A continuación, se realizará un breve recuento de lo que es el parque que se quiere llevar a la realidad, al mismo tiempo que se comentará la situación que tiene el turismo en el país, mostrando así la relación que hay.

---

<sup>16</sup> Valores Turísticos: Son los aspectos materiales o inmateriales que en un Estado o región por su atractivo para las personas de otros lugares son subjetivamente susceptibles de convertirse en motivo turístico.

<sup>17</sup> Corriente Turística: conjunto de personas que con fines turísticos se desplazan de un lugar a otro, constituyendo un caudal continuo con características especiales para la realización de actividades ajenas a las de rutina.

<sup>18</sup> Extractado de la Ley general de Turismo. Ley 300 de 1996.

La idea del Parque surge de la fusión de pensamientos de tres estudiantes del Programa de Administración de Empresas, que lideradas por un docente adscrito al Departamento de Ciencias Administrativas y siendo conscientes de la importancia que tiene el turismo, la conservación de la naturaleza y la necesidad de la integración familiar, decidieron realizar un *ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN EN LA CIUDAD DE POPAYÁN DE UN PARQUE DE ESPARCIMIENTO LOCAL PARA LA PROMOCIÓN DEL TURISMO DEL DEPARTAMENTO DEL CAUCA*.

Lo anterior se presenta debido a que las autoras observaron que Popayán no cuenta con un sitio que permita que sus habitantes se recreen y a la vez conozcan, observen e interactúen con su patrimonio cultural y natural<sup>19</sup>.

Por esta razón, este equipo humano unió las dos necesidades para crear Divertura, que es un parque que ofrece tanto esparcimiento<sup>20</sup> como turismo, conformando así un lugar que integra a locales, para que conozcan las riquezas y recursos turísticos<sup>21</sup> del Cauca y a la vez pasen un rato agradable en compañía de sus familias y amigos, ocasionando por parte de los caucanos que su sentido de pertenencia y orgullo por el departamento se active e incremente, y por parte de nacionales y extranjeros una motivación y a la vez satisfacción de haber encontrado un sitio que les proporcione conocimiento y distracción.

Los anteriores resultados tendrán un sin número de consecuencias no sólo para el Cauca sino para Colombia, pues ideas como ésta puestas en la realidad, reflejan el emprendimiento y ganas de salir adelante por parte de los habitantes del Departamento, que aprovechan de la mejor manera lo que tienen, eso si, basados en practicas de Desarrollo Sostenible, que son las que permiten abastecer

---

<sup>19</sup> Patrimonio Turístico (de un país, región o zona). Conjunto potencial (conocido o desconocido) de los bienes materiales o inmateriales a disposición del hombre y que pueden utilizarse mediante un proceso de transformación para satisfacer sus necesidades turísticas.

<sup>20</sup> Para efectos del presente trabajo, se definirá la palabra esparcimiento como la forma de cambiar de ambiente, y además servirá para identificar al cliente payanes, quien asistirá al Parque por el hecho de ser un sitio en donde puede encontrar diversión para invertir su tiempo de descanso.

<sup>21</sup> Recursos turísticos: Son todos los bienes y servicios, que por intermedio de la actividad del hombre y de los medios con que cuenta hacen posible la actividad turística y satisfacen la necesidad de demanda.

necesidades económicas, sociales y estéticas, a la vez que mantienen íntegra la cultura y los procesos ecológicos, incrementando los beneficios de las generaciones presentes sin disminuir las posibilidades de obtención de beneficios para las generaciones futuras.

Como primera aproximación para saber lo que será la idea, se puede decir que Divertura, será una opción que brindará esparcimiento y que estará conformado por una parte turística dividida en cuatro zonas<sup>22</sup> que promocionarán al Cauca.

Todo lo anterior, muestra el enfoque y a la vez lo que persigue alcanzar el proyecto, que da como conclusión que existe una relación entre ellos; relación que se ha soportado citando el PLAN SECTORIAL DEL TURISMO 2003-2006, *Turismo para un Nuevo País*, que es un documento que invita a trabajar por lo que se tiene en cuanto a turismo, pues éste es definido como una herramienta de poderosa transformación social que permite contribuir en la construcción de una nueva sociedad y que a la vez es la meta prioritaria a la cual se está trabajando y a la vez consolidando en el “estado comunitario” que pueda destinar sus recursos a la generación de riqueza, avanzar en la equidad social y a brindar mayor seguridad a los ciudadanos.

Propone a la vez un reto tanto a quienes lideran la actividad turística como a quienes deseen comenzar hacerlo a nivel nacional, regional o local, que está basado en prepararse con el fin de generar muchos beneficios para la comunidad residente en un determinado lugar y a la vez disminuir los impactos negativos que se dan en el contacto con los turistas.

Es de resaltar que aunque en Colombia no se ha tenido una significativa participación en los mercados internacionales turísticos, el trabajo en los mercados internos ha sido destacado, pues se cuenta con los recursos y el mejor equipo humano para afrontar grandes retos que han generado el fortalecimiento de la

---

<sup>22</sup> ZONAS: Pacífica, Andina, Amazónica y Popayán. Serán descritas en otro aparte de este capítulo del turismo.

competitividad de los diversos productos y destinos turísticos Colombianos y a la vez ha contribuido a que se generen políticas y planes que han mantenido la tendencia a trabajar por un sector que promete demasiado para un país como el nuestro.

Por todo esto, se concluye que el Parque va de la mano con el turismo y que su relación es grande, por lo que hay que fortalecerlas con las ayudas que se tienen y se presentan, para de esta forma obtener un gana-gana de Colombia con el resto del mundo, pues aquí se tiene lo que ellos están buscando.

## **1.5 LEGISLACIÓN TURÍSTICA**

La ley 300 de 1996, es la diseñada para que reglamente todo lo relacionado con el turismo en Colombia; para efectos de este trabajo se puede comentar que por medio de ella se favorece al turismo en el país, que para el caso del proyecto, contará con un espacio para su promoción, pues como se ha dicho anteriormente este sector -turismo-, influye en la economía y en el desarrollo de las regiones.

Los siguientes títulos se podrán encontrar en la ley, éstos han sido destacados por ser los más relacionados con el proyecto: *De la Importancia de la Industria Turística y de sus Principios, De la Conformación del Sector Turismo, De la Planeación, De la Clasificación del Turismo, De los Incentivos Tributarios, De los Prestadores de Servicios Turísticos, De la Calidad.*

De lo anterior se puede concluir que el apoyo al turismo es reforzado con una reglamentación que permite ver que se cuenta con el respaldo suficiente para desarrollar esta actividad tan benéfica para la sociedad y atractiva para quienes visiten Divertura, pues encontrarán otra manera para conocer su Departamento.



## 1.6 ENTIDADES PROMOTORAS DEL TURISMO EN COLOMBIA

A continuación se enunciarán las entidades que promocionan el turismo tanto a nivel local, nacional como internacional. La única que tendrá mayor descripción será la del gobierno, es decir, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, que es la principal entidad en Colombia que lo promociona, ya que esta dentro de su razón de ser y porque es la que dirige a la sección de Desarrollo Económico que también trabaja por él.

- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo:

**Misión.** Apoyar la actividad empresarial, productora de bienes, servicios y tecnología, con el fin de mejorar su competitividad e incentivar el mayor valor agregado, lo cual permitirá consolidar su presencia en el mercado local y en los mercados internacionales, cuidando la adecuada competencia en el mercado local, en beneficio de los consumidores y contribuyendo a mejorar la calidad de vida de los colombianos.

**Objetivos.** El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo tiene como objetivo primordial dentro del marco de su competencia formular, adoptar, dirigir y coordinar las políticas generales en materia de desarrollo económico y social del país, relacionadas con la competitividad, integración y desarrollo de los sectores productivos de la industria, la micro, pequeña y mediana empresa, el comercio exterior de bienes, servicios y tecnología, la promoción de la inversión extranjera, el comercio interno y el turismo; y ejecutar las políticas, planes generales, programas y proyectos de comercio exterior.

**Servicios.** Los servicios que presta el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, están encaminados hacia la creación y generación de políticas y normas,

en el ámbito institucional, las cuales son ejecutadas por las entidades adscritas o vinculadas a éste.

- Ministerio de Desarrollo Económico.
- Presidencia de la Republica de Colombia.
- Fondo de Promoción Turística de Colombia. Consorcio Administrador del patrimonio autónomo- ANATO. ACODRES, COTELCO.
- Organización Mundial del Turismo. (OMT)
- Ministerio de Comercio Exterior.
- Ministerio del Medio Ambiente.
- Departamento Nacional de Planeación.
- Banco de la Republica.
- La Corporación Conferencial Nacional de Gobernadores.
- La Federación Colombiana de Municipios.
- Asociación Territorial de Promoción Turística.
- La Cámara Colombiana de Turismo
- Representantes del sector privado.
- Facultades de Hotelería y Turismo reconocidas por el ICFES.
- Representantes de los trabajadores provenientes del sector turístico.
- Asociación Territorial de Promoción Turística
- SENA
- Centro de Información turística (CENTUR).
- PROEXPORT.
- Oficinas de Turismo de cada Departamento.
- Policía de Turismo
- BANCOLDEX
- Cámaras de Comercio
- Alcaldías
- Gobernaciones
- Liga Colombiana de Consumidores de Colombia.

- *Prestadores de Turismo*, como: agencias de viajes y turismo, agencias de viajes mayoristas y las agencias de viajes operadoras; establecimientos de alojamiento y hospedaje; operadores profesionales de congresos, ferias y convenciones; Arrendadores de vehículos; oficinas de representaciones turísticas; usuarios operadores; desarrolladores e industriales en zonas francas turísticas; empresas promotoras y comercializadoras de proyectos de tiempo compartido y multipropiedad; establecimientos de gastronomía, bares y negocios similares de interés turístico –guías de turismo; empresas captadoras de ahorro para viajes y empresas de servicios turísticos prepagados; establecimientos que presten servicios de turismo de interés social; empresas que prestan servicios especializados de turismo, los demás que el Gobierno Nacional determine y los propios habitantes de la región a promocionar.

## **1.7 TURISMO DEL DEPARTAMENTO DEL CAUCA**

En la siguiente parte se hará un recuento de lo que es el turismo del Cauca, ya que posee inagotables potencialidades para el desarrollo de esta actividad, que aún no han sido aprovechadas ni rentabilizadas, para dinamizar procesos de desarrollo y mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes a lo que se le adiciona el no contar con una estructura sólida que articule a los agentes sociales implicados con esta actividad.

### **1.7.1 Antecedentes del Cauca**

Los Estados Unidos de Colombia (1863 – 1886) fueron 9 Estados unidos federalmente, con capital nacional en Bogotá. La región del Cauca abarcaba los actuales departamentos del Chocó, Cauca y Valle del Cauca; esta organización territorial fue suprimida en 1886 por la Constitución Nacional.

Las principales tribus indígenas que habitaron la región fueron los Paeces, Guambianos, Aviramas, Totoroes, Polindaras, Paniquitae, Coconucos, Patías, Bojoles, Chapanchicas, Sindaguas, Timbas, Jamundíes y Cholos.

El primer conquistador que reconoció el territorio fue el español Sebastián de Belalcázar quien venía procedente del Perú en busca de "El Dorado" acompañado entre otros por los capitanes Pedro de Añasco y Juan de Ampudia; inicialmente recorrió el profundo valle del río Patía, luego envió a los dos capitanes mencionados a explorar el valle de Puben donde se encuentra la ciudad de Popayán, la cual fue fundada por Belalcázar en 1536; posteriormente reconoció las fuentes de los ríos Cauca y Magdalena y la laguna del Buey, Carlos V concedió a Belalcázar en 1540 el título de adelantado y gobernador vitalicio de Popayán cuya jurisdicción comprendía desde Pasto hasta la serranía de Abibe.

*Ubicación y Localización:* Departamento situado en el suroeste del país entre las regiones Andina y Pacífica; localizado entre los 00° 58 ' 54" y 03° 19' 04" de latitud norte y los 75° 47 ' 36" Y 77° 57 ' 05" de longitud oeste.

**Figura 1.1: Mapa del Departamento del Cauca.**



Fuente: Portal Sena/Regional Cauca

*Extensión y Límites:* Tiene una superficie de 29.308. Km<sup>2</sup> y limita por el Norte con el departamento del Valle del Cauca, por el Este con los departamentos de Tolima, Huila y Caquetá, por el Sur con Nariño y Putumayo y por el Oeste con el océano Pacífico. El Departamento está dividido en 41 Municipios, Popayán, ciudad capital, Almaguer, Argelia, Balboa, Bolívar, Buenos Aires, Cajibío, Caldono, Caloto, Corinto, El Tambo, Florencia, Guapi, Inzá, Jambaló, La Sierra, La Vega, López de Micay, Mercaderes, Miranda, Morales, Padilla, Páez (Belacázar), Patía (El Bordo), Piamonte, Piendamó, Puerto Tejada, Puracé (Coconuco), Rosas, San Sebastián, Santa Rosa, Santander de Quilichao, Silvia, Sotará (Paispamba), Suárez, Sucre, Timbío, Timbiquí, Toribío, Totoró y Villa Rica.

### **1.7.2 Cauca – Turismo**

Hablar de turismo en el Cauca es hablar en grande, pues con sus 41 Municipios incluyendo la capital, se compila una gran variedad de recursos representados en los atractivos geográficos y paisajísticos tales como: Macizo, cordilleras, sierras, montañas, nevados, volcanes, altiplanicies, valles, lagunas, ríos, cascadas, costa litoral, islas, lugares propicios para la pesca y el submarinismo, escenarios aptos para la observancia de flora y fauna y parques nacionales naturales con un excelente grado de conservación, en términos generales buena accesibilidad y dotación mínima de infraestructura requerida por el turista, en fin, una gran variedad que da la posibilidad de escoger en el momento de visitar un sitio, sin tener la necesidad de salir del país o de ir muy lejos del Departamento, pues siempre se encontrará una maravillosa reserva turística, que se encuentra ubicada dentro de ese 69% de la oferta nacional que contiene los productos identificados por el cluster de los servicios para el Cauca, que son: ecoturismo 39%, etnoturismo 14% y turismo cultural 16%.

Lo anterior, podría hacer pensar que no se cuenta con una gran diferenciación, argumento que es válido, pero que para el desarrollo de este trabajo no tiene efectos, porque lo que se desea es mostrar todos sus atractivos, sin importar en

este momento la diferenciación, ya que para esta parte del proyecto el enfoque se dará en capturar la atención de todos los payaneses que carecen de un sitio en donde puedan ir a recrearse para salir de la rutina que mantienen (estudio, trabajo, cuidado de los hijos) y a la vez encontrar todo un montaje que les permitirá conocer el patrimonio cultural y natural con que cuenta su región, pero que por falta de recursos, ideas y ánimo, nadie antes lo había agrupado en un solo sitio, ubicado dentro del perímetro urbano, que cuenta con la logística necesaria para satisfacer todas las necesidades del cliente y que le permitirá sentir la diversidad turística de forma tan real que lo hará volver para apreciar e interactuar con todas las actividades a desarrollar en él; estas actividades traerán un sin número de beneficios ya que le permiten al Caucano acceder a un parque que le proyecta sus raíces y que a la vez contribuyen con el desarrollo económico del Departamento.

Como se puede ver, el Departamento es diversidad que quiere ser proyectada y que en Divertura podrá ser conocida gracias a la investigación de las autoras del presente trabajo, quienes han basado esta parte de sus estudios en los informes encontrados en la Oficina de Turismo de la Policía del Cauca, el Libro del Cauca, características geográficas publicado por el Instituto Geográfico Agustín Codazzi y en el portal Tampu.

Los diferentes pisos térmicos con los que cuenta el Departamento ofrecen al visitante hermosos paisajes, el volcán Puracé, montañas y ríos que forman asombrosos valles profundos como el Patía; lagunas naturales como la de la Magdalena y la del Buey y tres parques nacionales; el Puracé, de suma importancia por su riqueza en flora, fauna, geología, hidrografía; el Munchique catalogado como uno de los más ricos en variedad de especies de aves, mamíferos, reptiles y roedores; y la isla de Gorgona con especies y subespecies endémicas; donde se desarrolla un turismo de tipo educativo - científico.

**Figura 1.2: Cerro La Tetilla**



Fuente: Portal Tampu

El Departamento del Cauca posee un gran patrimonio arqueológico, heredado de los pueblos prehispánicos, que constituyen uno de los lugares más importantes del país reflejado en el testimonio cultural del Parque Arqueológico de Tierradentro.

Popayán la capital, es poseedora de uno de los patrimonios históricos, arquitectónicos y culturales más valiosos del país, representado en iglesias, residencias y construcciones coloniales; es tradicional la celebración de la Semana Santa en la ciudad de Popayán con ritos y ceremonias de gran esplendor.

**Figura 1.3: Calle Central**



Fuente: Tampu.

### **1.7.3 Divertura – Zonificación**

Como es conocido, el Departamento está conformado por diferentes atractivos paisajísticos y geográficos, lo cual permite dividir al Cauca en cuatro (4), es decir,

en Zona Pacifica, Andina, Amazónica<sup>23</sup> y Popayán, lo que será proyectado en el parque contando con la información suministrada por la Oficina de la Policía de Turismo del Cauca y por el Libro sobre el Turismo Caucano y el Cauca, conseguido en el Instituto Geográfico Agustín Codazzi.

**Figuras 1.4 y 1.5: Paisaje del Departamento del Cauca y Popayán, Ciudad Blanca.**



Fuente: Tampu

Es por eso que la información que se presentará del Turismo Caucano, se hará dependiendo de cada zona, pero hay que aclarar que se generalizará, pues en la fase de inversión del proyecto se realizará un estudio sobre el Cauca más detallado que permitirá determinar qué mostrar y cómo hacerlo.

**Tabla 1.1 Integrantes de las zonas y componentes**

<b>ZONA AMAZÓNICA</b> <b>ZONA ANDINA</b> <b>ZONA PACÍFICA</b> <b>POPAYÁN</b>	-Municipios integrantes de la zona. -Datos generales. -Geografía de la región. -Folclor, música y bailes.
---	--

Fuente: Propia de la investigación.

<sup>23</sup> La zonificación, se hace teniendo en cuenta el mapa conseguido en la Oficina de la Policía de Turismo del Departamento del Cauca, que permite la agrupación de los Municipios más cercanos de acuerdo a su geografía, por lo que entonces se podrá ver que hay algunas zonas con más integrantes que otras, pero que para efectos de la exposición facilitan su muestra pues no habrá mezcla de costumbres que alcanzan a presentar diferencias en el Departamento.



Una vez realizado el estudio sobre el Cauca, se entrará a negociar con los representantes de cada Municipio, pues a cada uno se le dará un espacio en la zona C<sup>24</sup> del Parque, que será ambientada y compartida por las otras zonas y Popayán, que es el Municipio al cual se le tendrá cierta preferencia pues es de aquí de donde nace la idea y además es el público objetivo en este momento del proyecto.

La información del documento principal contiene datos generales de las zonas a exponer y del Inventario de Atractivos Turísticos<sup>25</sup> que posee el Cauca, documento en donde se describen las riquezas naturales y culturales más representativas del Departamento.

#### **1.7.3.1 Zona Amazónica**

Municipios que conforman esta zona: *Almaguer, Bolívar, Mercaderes y el Patía.*

Representado en mayor parte por el *MACIZO COLOMBIANO*, de gran reconocimiento porque de ahí nacen los cuatro principales ríos del país, como son: El Magdalena, el Cauca, Caquetá y Patía.

Es una región muy montañosa denominada también, el nudo de Almaguer, porque en ella se abren las dos grandes cordilleras que atraviesan el país, la cordillera Oriental y Central

---

<sup>24</sup> La Zona C del Parque se ha denominado a la parte en donde estará ubicada la representación del turismo y atractivos del Cauca; C, por la letra inicial del nombre del Departamento, que si es observado desde el aire identificará la zona.

**Figura 1.6: Paisaje del Patía**



Fuente: Tampu.

Su población esta constituida por indígenas y campesinos mestizos. Es una región donde resulta bastante difícil establecer criterios de definición de lo "indígena", dado que han perdido su lengua y parte de su cultura.

**Figura 1.7: Artesanos del Patía**



Fuente: Tampu.

**Fiestas y Celebraciones.** Hay dos grandes épocas o ciclos de fiestas en el año: las fiestas de fin de año (julio-agosto) y las de navidad (diciembre-enero), que son fundamentadas en el santo patrón (la fiesta de los corazoncitos<sup>26</sup>, las alumbranzas, las romerías<sup>27</sup>, la fiesta de navidad).

---

<sup>26</sup> FIESTA DE LOS CORAZONCITOS. En conmemoración al Sagrado Corazón de Jesús, es una meta campesina cuya celebración coincide con la cosecha del maíz y el verano de Junio y Julio.

<sup>27</sup> LAS ROMERIAS. Que las hay de dos tipos, La de la Virgen de la Caquiona y la de La Virgen de los Remedios.

**Música de la Región.** La región posee una riqueza y variedad musical en la que se puede encontrar diferencias interesantes tanto a nivel de repertorios como a nivel de técnicas de ejecución; los campesinos interpretan una gran variedad de repertorios como: bambucos, pasillos, aires caribeños, piezas de origen europeo del siglo pasado (polkas, contradanzas), canciones religiosas, villancicos, marchas y pasacalles.

### 1.7.3.2 Zona Andina

Esta zona agrupa el Norte, Centro y Oriente del Departamento.

- **Norte**

Municipios Integrantes: *Buenos Aires, Santander de Quilichao, Villa Rica, Caloto, Puerto Tejada, Miranda, Padilla y Corinto.*

**Figura 1.8: Santander de Quilichao**



Fuente: Tampu

El Norte del Cauca es una región que hace parte del Valle geográfico del río Cauca, cuyos pobladores negros conservan tradiciones heredadas de sus mayores, dentro de las cuales las celebraciones, los cantos rituales y las danzas constituyen un conjunto de expresiones que articulan las necesidades de relación social, de afirmación étnica y de expresión religiosa.

**Figura 1.9: Sembrado de Caña de Azúcar**



Fuente: Tampu

Es una región de contraste entre la propiedad, la alta tecnología industrial y el minifundio y la técnica del nativo norte caucano. De grandes haciendas donde se siembra especialmente caña de azúcar y pastizales, con agregados de rotación de arroz, maíz y sorgo, y lo otro, como es lógico, el nativo explota sus pedazos de tierra en concordancia con sus reducidos recursos económicos y su precaria técnica. Cultivan en las pequeñas parcelas plátanos, cacao, yuca y frutales y en las tierras junto a la cordillera central siembran café.

**Figura 1.10: Parque Central de Santander de Quilichao**



Fuente Tampu.

**Fiestas y Celebraciones.** Para hablar de la música y las danzas de esta localidad, es necesario tener en cuenta que son expresiones que van ligadas a

una serie de celebraciones que aseguran la sobrevivencia de la familia extensa, la fraternidad cultural, la unión comunitaria, la tradicionalidad religiosa y el encuentro.

Entre sus celebraciones están: Las adoraciones del niño Dios, El Bunde o velorio del Angelito, La novena del Difunto, La fiesta de los reyes magos.

**Figura 1.11: Trapiche del Cauca**



Fuente: Tampu.

Dentro de esta población es importante resaltar que donde quiera que se celebre una fiesta, las mujeres son de vital importancia, pues ellas son las organizadoras y conocedoras de la música, los cantos y las danzas.

Tratándose de la cultura afrocolombiana, la mujer es la encargada de la transmisión de la tradición.

**Las Formas Musicales de la Región.** Las Fugas, El Bunde y Las Salves.

- **Oriente y Centro**<sup>28</sup>

*Municipios Integrantes: Suárez, Caldono, Jambaló, Toribío, Páez, Inzá, Silvia, Piendamó, Cajibío, el Tambo, Totoró, Puracé, Sotaró, Timbío, Rosas, la Sierra, Argelia, Balboa, Sucre, la Vega.*

---

<sup>28</sup> Del cual se excluirá el Municipio de Popayán, por dársele una ubicación especial en la zona "C".

**Figura 1.12 Paisaje de Santa Rosa**



Fuente: Tampu

**Fiestas.** Las fiestas cobran vital importancia, porque tiene un modelo de poblamiento muy aislado donde enfrenta largos periodos de soledad y aislamiento, donde la interacción y el contacto social resulta difícil en lo cotidiano, es realizada en estos territorios una fiesta que no dura un solo día, pues los desplazamientos implican a veces varias horas de camino entre la casa y el lugar del encuentro, por esa razón, las fiestas que siguen la verdadera tradición precolombina, duran varios días e incluso semanas.

Las fiestas de la región se pueden agrupar en tres categorías: las de calendario o ciclo anual, las de ciclo de vida personal, las de trabajo y vida comunitaria.

### **1.7.3.3 Zona Pacífica**

*Municipios Integrantes: Timbiquí, Guapi, López de Micay.*

**Figura 1.13: Niños de Guapi.**



Fuente: Tampu

La costa Pacífica Caucana es una zona geográfica configurada por manglares y selva húmeda, surcada por numerosos ríos e innumerables canos que son la vía de acceso a las partes alejadas. Cuenta con la presencia de población negra e indígena.

Las gentes de este territorio que son en su mayoría de etnia negra, conservan y practican culturalmente expresiones, entre ellas las musicales de origen africano, en donde manejan lógicas y comportamientos de sus orígenes pero que en el territorio caucano adquieren su propia identidad regional.

**Figura 1.14: Forma de Transporte en la Zona Pacífica del Cauca**



Fuente: Tampu.

**Fiestas y Celebraciones.** La mayoría de los corregimientos de la Costa Pacífica Caucana llevan los nombres de sus santos patronos. Ejemplo: Santa Rosa de Saija cuya patrona es Santa Rosa de Lima; San José de Timbiquí, el santo patrono es San José Obrero.

Sus fiestas tienen mucha fuerza a partir del 8 de Diciembre, día de la Virgen Inmaculada, continúa después con la novena del Niño con música y cantos de currulao.

**Danzas:** Currulao, el bunde del Angelito, el Patacore, el Bereju y la Bambara Negra.

**Figura 1.15: Mujeres Cantoras de Guapi**



Fuente: Tampu.

#### **1.7.3.4 POPAYÁN**

Capital del Departamento del Cauca, fue fundada en 1536 por Sebastián de Belalcázar y, por encontrarse en el camino entre Cartagena, al norte y Quito y Lima, al sur, desempeñó un papel primordial en épocas de la colonia, como resultado, Popayán es una de las ciudades más tradicionales de Colombia y una de sus principales joyas arquitectónicas.

**Figura 1.16: Estatua de Sebastián de Belalcázar, Cerro el Morro**



Fuente: Tampu

Aunque gran parte de sus edificaciones coloniales fueron destruidas por un terremoto en 1983, ya han sido reconstruidas en su mayor parte.



**Figura 1.17: Torre del Reloj**



Fuente: Tampu

Entre los lugares de interés, está la Capilla de Belén en un promontorio con una buena vista panorámica de la ciudad, la Ermita, los templos de San Francisco, del Carmen, de la Encarnación, de San José y de Santo Domingo, y el convento y la iglesia de San Agustín. El museo de arte religioso guarda objetos coloniales de gran valor. Así mismo, pueden visitarse la Casa Caldas, el Museo Martínez, la Casa Valencia, la Casa Negret y la Universidad del Cauca. Otros lugares de interés son el Puente del Humilladero, la Torre del Reloj, el Morro de Tulcán y el Hotel Monasterio, que funciona en lo que fue el antiguo monasterio franciscano.

**Figura 1.18 y 1.19 Iglesia de Santo Domingo e Iglesia de Belén.**



Fuente: Tampu

A 55 kilómetros de Popayán, en una región montañosa de hermosos parajes, se encuentra Silvia, un pueblo típico de casas de tapia pisada y plaza de mercado tradicional. En los campos circundantes habita la comunidad de indígenas Guambianos, un pueblo de costumbres ancestrales arraigadas. Otro de los atractivos de la región es el Parque Nacional Natural de Puracé, que ocupa una

superficie de 83.000 hectáreas en donde abundan lagunas, cascadas, volcanes, nevados y fuentes termales.

**Semana Santa.** Popayán es famosa por la celebración de la Semana Santa, una tradición que se remonta a tiempos de la Colonia y que sus habitantes han conservado celosamente. Procesiones solemnes recorren las calles de Popayán, como parte de un acontecimiento que cuenta con la participación de feligreses llegados de todos los rincones del país. También en esos días se celebra el Festival de Música Religiosa, que congrega grupos musicales especializados en este género, provenientes de varios países.

**Figura 1.20: Procesiones Chiquitas**



Fuente: Tampu

Como se puede ver el Departamento posee un gran patrimonio arqueológico heredado de los pueblos prehispánicos, que lo hacen constituir uno de los lugares más importantes del país, con sus representaciones en iglesias, residencias y construcciones coloniales, además de la tradicional Semana Santa en la ciudad de Popayán que con ritos y ceremonias de gran esplendor le dan al visitante un turismo inimaginable.

**Figura 1.21: Flora Caucana- Orquídea**



Fuente: Tampu.

## **1.8 CAUCA A FUTURO**

El propósito de esta parte del capítulo es el de dar a conocer algunos de los documentos que permiten ver el trabajo que se está adelantando en pro de un Cauca competitivo que ya no quiere tener el modelo actual de desarrollo fundamentado en la explotación de las ventajas comparativas aparentes, como la de los costos bajos en mano de obra, riquezas naturales o productos poco elaborados, ya que no se hace viable en el nuevo paradigma de la sociedad del conocimiento que se tiene.

Por esta razón, para evitar efectos negativos en la calidad de vida de la población caucana y frente al desafío de la globalización, es necesario crear ventajas competitivas sostenibles, basadas en el mejoramiento y desarrollo del sector productivo, con aplicación de los conceptos de productividad e innovación por parte de varios actores como son: empresarios, gobierno, academia, sociedad civil, gremios, instituciones, entre otras, quienes tienen que propiciar competitividad en las cadenas y en el cluster del Cauca, y al mismo tiempo construir y promulgar el sentido de pertenencia por un Departamento con deseos de surgir, para obtener otra posición en el mundo que le permita disfrutar de grandes beneficios y oportunidades.

Como se puede ver, la prospectiva del Cauca promete, siempre y cuando se trabaje en ella de una forma sinérgica que produzca resultados en el sector productivo, que es el eje fundamental del equilibrio económico y social para el Departamento.

Por todo lo anterior, a continuación se presentan varios documentos como el trabajo del Economista Andrés Castrillón, acerca del concepto de Tecnoculturalidad, que es el que se busca introducir para dar el toque diferenciador al turismo que ofrece nuestro Departamento, o la Agenda de Competitividad Interna<sup>29</sup> que reúne varios criterios que debemos considerar:

- Posicionamiento global del Cauca como región biodiversa y pluricultural;
- Privilegio y fomento a modelos productivos exitosos caucanos;
- Mesa preparatoria de la gerencia de apoyo para el Cauca;
- Plan de Ciencia y Tecnología para el Pacífico Colombiano 1996-2006<sup>30</sup>
- También podremos encontrar el Plan Sectorial del Turismo: *Turismo Para un Nuevo País*. 2003-2006; y
- El inventario Turístico del Departamento del Cauca.

---

<sup>29</sup> Todos los anteriores documentos se pueden encontrar en diferentes entidades Gubernamentales, pero para efectos de este proyecto sólo se enunciarán porque el objetivo es comunicar lo que se está haciendo y no especificar.

<sup>30</sup> En el cual se señala los 5 sectores productivos estratégicos del Departamento del Cauca: TURISMO, Electrónica, Telecomunicaciones e Informática, Agroindustria, Hortifruticultura, Lácteos y Silvicultura y procesamiento de la madera.

## 2. PARQUE

Divertura será un parque que ofrecerá diferentes servicios que brinden esparcimiento a la ciudadanía payanesa.

Se ha querido resaltar su importancia, porque para el presente proyecto su significado se considerará otro de los aspectos que intervienen en él.

### 2.1 DEFINICIONES<sup>31</sup>

- Terreno cercado en núcleos urbanos o rurales, generalmente con variedad de plantas y de animales, destinado al recreo.
- Recinto pequeño protegido, de diversas formas donde se colocan a los niños para que jueguen.
- Parque de Atracciones<sup>32</sup>: Terreno demarcado en donde hay varias atracciones.
- Parque Nacional: Extensión de terreno natural acotado, protegido por el Gobierno Nacional para la protección de la flora y la fauna.
- Parque Natural: Zona de interés general por su ecosistema y hábitat natural.
- Parque Temático: Recinto en el que se reúnen atracciones de características similares, dedicadas a la diversión y al entretenimiento.

---

<sup>31</sup> Diccionario, El Pequeño Larousse Ilustrado. 100 años. Edición de Centenario 2005. México, D.F.

<sup>32</sup> Las anteriores definiciones son extraídas del Diccionario, El Pequeño Larousse Ilustrado. 100 años. Edición de Centenario 2005. México, D.F.

- Parque Zoológico, Zoológico.

Como se puede ver los parques hacen parte del espacio público construido de la ciudad, son espacios verdes de uso colectivo, destinados a la recreación activa y pasiva de los ciudadanos. Estos regulan el equilibrio ambiental y contribuyen eficazmente a la cualificación del espacio urbano.

Los parques se organizan jerárquicamente según su extensión y cobertura y se estructuran como una red que cubre toda la ciudad.

Por lo anterior, uno de los grandes retos que enfrenta la ciudad es aumentar el número de metros cuadrados de área verde por habitante. La reserva y adecuación de estos espacios no solo favorece las condiciones de vida de las presentes y futuras generaciones, sino que construye una ciudad viable en el largo plazo. Los parques y zonas verdes tienen cada vez más importancia pues no solo ofrecen posibilidades de recreación y esparcimiento sino que son sitios excepcionales para la promoción de la convivencia, la construcción de comunidad y el aprendizaje sobre el uso adecuado del tiempo libre.

Divertura, es entonces un parque que tiene como característica el contener zonas verdes tan necesarias para el desarrollo ambiental de la población mundial.

Divertura pretende aportar a la ciudad, pues busca ser un espacio que brinde al ciudadano payanes la oportunidad de tener una actividad diferente a la que tiene diariamente, ofreciendo una variedad de servicios que le ofrezcan esparcimiento.

Es un Parque que al igual a otros tendrá zonas verdes de acuerdo a lo estipulado por la Corporación Autónoma Regional del Cauca, (CRC), hay que aclarar que en el momento de construir el Parque el impacto que se tendrá no será de mayor magnitud, pues la zona en donde se ubicará no posee gran cantidad de fauna o flora que pueda correr peligro de extinción.

Pues de acuerdo a los resultados del estudio Técnico, la zona mejor calificada para el parque es la de la Loma del Tablazo, que es un lugar que de acuerdo al Plan de Ordenamiento Territorial (POT), esta destinado para la ubicación de un sitio que ofrezca recreación a los payaneses y que en este momento sólo se encuentra ocupado por ganado de engorde, de propiedad de la familia Ubachi Valencia.

Divertura, será la opción que por excelencia le de al Payanes un cambio y a la vez satisfacción pues le permitirá interactuar con su familia y tener una rato de tranquilidad para oxigenarse y renovarse y de esta manera continuar con su rutina.

### 3. ESPARCIMIENTO<sup>33</sup>

#### 3.1 DEFINICIONES

- *Es cualquier tipo de uso que el hombre haga de su tiempo libre, siempre que este uso se de en una actitud placentera<sup>34</sup>.*
- *Forma de brindar condiciones de descanso, diversión e higiene mental al trabajador, y en muchos casos a su grupo familiar.*
- *El esparcimiento local es la forma en que los Payaneses obtendrán distracción en su Municipio; éste estará representada por diferentes actividades que se desarrollarán dentro del Parque con el fin de ofrecerles mayores alternativas de descanso.*

Con base en lo anterior se puede ver que las necesidades de recreación no tienen hora ni día fijo.

La mayor parte de estas actividades son de carácter urbano, incluyendo otras que se pueden realizar en la periferia de las ciudades dentro de un medio de influencia que no exceda de dos horas de tiempo para un viaje promedio de ida y regreso.

Algunos momentos recreacionales se pueden pasar en la propia casa o en la de otras personas, cuando se realiza una fiesta o los amigos se visitan, así mismo forman parte de las actividades recreacionales, la asistencia a festejos y fiestas públicas que se organizan para conmemorar fechas patrióticas o acontecimientos religiosos, otras veces ir al centro de la ciudad de compras o simplemente a

---

<sup>33</sup> Para el presente se trabajo se utilizará el término esparcimiento y no de recreación, debido a que este se encuentra incluido en el anterior.

<sup>34</sup> Miguel Ángel Acerenza, Administración del Turismo, Volumen 1, Editorial Tirillas, México, 1988.



pasear se transforma en una actividad recreacional. La demanda recreacional, siempre esta constituida por personas que residen en la misma ciudad.

En búsqueda de una solución ideal, las áreas recreacionales al aire libre deben resolverse tomando en cuenta dos aspectos:

- El primero es el que tiene que ver con los requerimientos que hacen los niños y los viejos, por ser una proporción representativa en la sociedad.
- El segundo que tiene que ver con la construcción de centros deportivos o parques, estratégicamente distribuidos en las ciudades, para que durante diferentes días la gente pueda llegar a ellos para disfrutar de sus servicios.

### **3.2 BENEFICIOS DE LA SANA DIVERSIÓN (ESPARCIMIENTO)**

- La buena diversión<sup>35</sup> permite crecer como ser humano y realizar algo positivo, quién vive inmerso en un mundo agitado, se olvida de los demás y es la imaginación, la vista, el gusto o el tacto quienes gobiernan su actuar, convirtiéndose en “dependiente” de las actividades que le proporcionan placer físico y lo hacen sentirse bien, y a eso, no se le puede llamar diversión.
- Aún dentro de las actividades de sano esparcimiento se corre el riesgo de excederse, como un deportista que prefiere seguir entrenando a cumplir con sus obligaciones escolares y familiares.
- Toda diversión debe facilitar el vivir los valores de responsabilidad, laboriosidad, trabajo.

---

<sup>35</sup> La palabra Diversión también se incluye dentro del concepto de esparcimiento, por lo que se utilizará en diferentes situaciones dentro del escrito.

- Cuando una persona conoce el valor de la sana diversión, es capaz de comprender y apreciar los intereses y preferencias de los demás, debe estar siempre dispuesto a compartir las diversiones que otros proponen aunque no sean de su total agrado, porque ha descubierto la importancia de la convivencia.

Con base en lo investigado se puede conocer que la industria del entretenimiento es un sector en rápido crecimiento, que ofrece opciones de negocio para inversionistas de todas las tallas y para emprendedores como las autoras de este proyecto que han decidido generar y madurar una idea que tendrá un impacto en la calidad de vida de los payaneses.

## 4. ANÁLISIS DE ENTORNOS<sup>36</sup>

El entorno o medio ambiente externo esta constituido por un conjunto de variables que generan impacto sobre las organizaciones, por esa razón a continuación se analizarán, con el fin de identificar cuáles son las que tendrán incidencia sobre Divertura, cuando éste comience a desarrollar sus actividades.

### 4.1 ENTORNO ECONÓMICO

- **Sociedades constituidas:** Durante el primer semestre de 2005, en el Departamento del Cauca, se crearon 75 sociedades, 24 menos que las registradas en idéntico periodo del año anterior. Estas nuevas empresas se constituyen con un capital inicial de \$1.043 millones de pesos, cifra que cae en un 68.9%, respecto a igual periodo del año 2004, cuando 99 empresas invertían capital por \$3.350 millones de pesos.

Es por eso que al comparar las cifras de capital constituido durante el periodo enero – junio de 2005, se tiene que el mayor avance se presentó en el sector Comercio el cual avanzó 90.4%, constituyéndose, por el capital invertido, en la actividad más representativa en el Departamento al aportar el 60% del total constituido.

- **Sociedades reformadas:** Las reformas de capital que a través de los incrementos formalizan las empresa, se convierten en el principal soporte de la inversión, registrándose un mejor panorama al evidenciado al término de junio de 2004, es así como el capital reformado ascendió a \$15.135 millones, suma no comparable con la de igual periodo del año anterior por cuanto en

---

<sup>36</sup> El análisis se desarrollará con base en el Informe de Coyuntura Económica Regional del Cauca, para el Primer Semestre del 2005 y que fue elaborado por el Banco de la República en compañía del Departamento Nacional de Estadísticas -DANE-. Se destaca que es el más actualizado que se tiene hasta la fecha.

ese periodo se registró una desinversión de capital por valor de \$23.619 millones, debido a una empresa del sector de la Industria manufacturera que solicitó autorización ante la Superintendencia de Sociedades para disminuir capital por una suma de \$34.845 millones, aproximadamente.

Sin embargo, al terminar el primer semestre de 2005, seis sociedades del sector de la industria manufacturera reformaron su capital con incrementos superiores a los \$12.335 millones. La situación de los demás sectores registra un comportamiento favorable si se tiene en cuenta que aplicaron incrementos del orden de \$2.800 millones de pesos, especialmente en sociedades del sector de otros servicios, comunitarios, sociales y personales, cuando dos sociedades reformaron su capital por un monto de \$1.505 millones registrando un avance de 337.4% frente a las reformas ocasionadas en idéntico periodo del año anterior. Por su parte, la composición de las sociedades reformadas muestra un aporte del sector de la Industria manufacturera del 82%, seguido por el sector de Otros servicios comunitarios, sociales y personales y el restante 8% se encuentra compartido en las demás actividades económicas.

- **Sociedades disueltas:** La disolución de sociedades en el primer semestre de 2005 sumó un capital de \$7.956 millones, presentando un crecimiento comparativo con igual periodo del año 2005 de 404.8%. Esta variación positiva señala que en capital y en número de empresas se dio un resultado desfavorable. El sector más sensible a este comportamiento fue el de la construcción que liquidó sociedades por valor de \$4.813 millones.
- **Capital neto suscrito:** Según el resultado de las anteriores variables, se tiene que en el Departamento del Cauca para el primer semestre de 2005 se registra un comportamiento positivo. Esto se debe fundamentalmente a las empresas que reformaron su capital, así como también en menor proporción a la constitución de sociedades. Respecto a lo anterior, es claro determinar que

los sectores que se afectan con estos movimientos son el Agropecuario que presenta una inversión negativa por valor de \$1.878 millones y el de la Construcción con \$4.610 millones.

- **Generación de empleo productivo:** Divertura, será un espacio propicio para la generación de empleo que contribuya en el impacto económico de la zona.

Con el crecimiento de las empresas como consecuencia de un ambiente propicio para la inversión aumenta la generación de empleo para la población caucana, aunque con la gran demanda laboral existente, el índice de desempleo aun sigue siendo preocupante.

- **Gasto público en seguridad ciudadana:** El departamento del Cauca por su ubicación estratégica está atravesado por la carretera internacional "Panamericana", que es un paso obligado hacia el sur y norte del país e igualmente Sudamérica, razón por la cual los conflictos político-sociales le afectan demasiado.

Por las características topográficas del Cauca los diferentes grupos en conflicto lo han preferido para radicarse, haciendo de esta situación una desventaja para su desarrollo por cuanto no es atractivo para los actuales y nuevos inversionistas. En los Municipios el conflicto armado representa uno de los factores que más afecta a la comunidad, ya que debido a esto se han presentado desplazamientos forzados, altos índices de pobreza, desnutrición e innumerables problemas de tipo social. Por lo anterior se destinan recursos para ayudar a esta población, una de las medidas tomadas es la creación de escenarios deportivos que representa para la población una forma de atacar pacíficamente esta problemática y al mismo tiempo, una alternativa para prevenir a las nuevas generaciones del consumo de drogas, alcohol y sustancias relacionadas, tratando de que la comunidad sea menos vulnerable frente a este tipo de situaciones y simultáneamente cultivar valores entre los

niños y jóvenes, como la tolerancia, el respeto y la responsabilidad, mejorando la calidad de las personas en sus dimensiones: cognitiva, ética, estética, comunicativa, corporal y lúdica.

A pesar de los esfuerzos del gobierno y las fuerzas militares por frenar la violencia e inseguridad que azota a todo el país, en especial del Departamento del Cauca, no son suficientes ya que no existen garantías necesarias para que haya nuevas inversiones que logren que el Departamento obtenga un mayor desarrollo y por ende un mejor bienestar para todos.

- **Déficit (superávit) fiscal:** Al término de junio de 2005 el saldo de la deuda pública del gobierno central departamental y municipal del Cauca ascendió a \$65.533 millones, suma que frente a similar corte del año anterior registró una caída de 16.8%. Lo anterior se presentó a causa de que el monto de la deuda, del Gobierno Central Departamental, al igual que el Gobierno Central Municipal realizó abonos a su saldo por un valor de \$13.232 millones, de los cuales el 49% fue abonado por la Administración Central Departamental y el restante 51% por la Administración Municipal. La obligación del Gobierno Central Departamental representa el 72% del total de la deuda, en tanto que la administración municipal aporta el 28%.
- **Política sectorial macroeconómica del Plan de Desarrollo o Programa de Gobierno:** La sociedad payanesa tiene una gran debilidad como es la de ahorrar cuanto capital llega a sus manos, a través del tiempo y las estadísticas lo dicen, Popayán es una de las ciudades donde más se ahorra, no se sabe si es por temor a reinvertir su dinero o sencillamente el deseo de vivir de la renta.

Se piensa que esta situación va a cambiar por las políticas macroeconómicas que el gobierno ha empezado a aplicar por la crisis económica del país, como

es la baja en los intereses o por otra parte la quiebra de algunas entidades del sector financiero.

- **Inflación, tasas de interés y mercado laboral.** En el 2005, la inflación anual al consumidor se posicionó en 4.83% situándose por debajo del punto central de la meta establecida por el Banco de la República para este año (4,5% y 5,5%). La reducción se logró especialmente por el efecto desinflacionario de los transables (2,9%), gracias a la apreciación de la tasa de cambio. La inflación de los no transables (5,2%) también registró una caída frente al 5,7% de junio de 2004, principalmente los regulados como los servicios públicos y los arriendos que decrecieron, mientras que los servicios de salud, diversión, cultura y esparcimiento interrumpieron su tendencia decreciente.

La política monetaria expansiva contribuyó a la baja en las tasas de interés.

La DTF disminuyó 58 puntos básicos, al pasar de 7,76% en la última semana de diciembre de 2004 a 7,18% en la última semana de junio de 2005. Esta caída se transmitió en gran medida a las tasas de colocación de los créditos de consumo (63pb), tarjetas (50pb) y preferencial (89pb), mientras que la de los créditos ordinarios se mantuvo estable.

Los indicadores de empleo laboral muestran las siguientes cifras:

- La tasa de desempleo ha disminuido 2,2 puntos porcentuales entre junio de 2004 y junio de 2005.
- El número de ocupados creció en 2,5% reflejo de la mayor demanda por trabajo.
- La tasa global de participación u oferta laboral pasó de 59,6% en junio de 2004 a 58,8% en el mismo mes de 2005, registrando una disminución de

0,8 pp, asociada a un crecimiento moderado de la población económicamente activa.

- La informalidad, en las trece principales áreas metropolitanas, en el trimestre abril-junio, único período en el que el DANE mide este fenómeno en el año, representa el 58,8% del total del empleo de estas ciudades, frente al 58,7% de igual período de un año atrás.
- **Producto interno bruto (PIB):** En el primer semestre de 2005, el PIB creció en 4,6% con relación al mismo semestre de 2004, principalmente por el aumento de las exportaciones (10,3%), de la formación bruta de capital fijo (20,4%), del consumo final (4,8%) explicado por el aumento del consumo de gobierno (5,7%) y del consumo de los hogares (4,5%), siendo los sectores de bienes durables y semidurables los de mayor crecimiento (19,5% y 6,6% respectivamente).
- **Ingreso per-cápita:** En cuanto al estándar que mide el índice de desarrollo humano se puede señalar que el Departamento del Cauca se encuentra en un nivel medio respecto a los estándares internacionales, sin embargo el ingreso real per cápita refleja un bajo desarrollo humano, lo que significa que la actividad productiva regional ha incidido poco frente a la tasa de ingresos de la población, lo cual se debe, especialmente en Popayán, a la poca industrialización y la falta de emprendimiento de la mayor parte de la población.
- **Inversión privada:** Se presenta un gran interés por parte de inversionistas particulares y gubernamentales en destinar sus dineros para el Departamento, esto se puede ver a través de la financiación que se da a proyectos empresariales que tienen como resultado el desarrollo y crecimiento regional.



- **Inversión social:** Debido al conflicto y a la problemática que vive el país y en concreto el Departamento del Cauca, el gobierno y entidades de cooperación internacional destinan recursos hacia la actividad económica del departamento, la cual se encuentra inmersa en las tres actividades como son: Primaria (producción agrícola, extracción de madera, cultivo de verduras y de frutas, ganadería), secundaria (procesamiento y comercialización de productos) y terciaria (educación técnica y universitaria).

#### 4.2 ENTORNO POLÍTICO

- **Acción de las agremiaciones empresariales:** Las actividades productivas que han adquirido dinamismo en los últimos años, surgen de emprendimientos individuales y colectivos, algunos apoyados por instituciones que han operado desde hace años en el Cauca y otros que han surgido en la presente década.

Los más relevantes renglones productivos y los programas, acciones e instituciones de apoyo son:

- Encadenamientos productivos: Seda, Chontaduro, Guadua, Panela-Miel, Totumo y Artesanías.
- Otros frentes dinámicos: Turismo, cafés especiales, frutales, apicultura, plantas medicinales y aromáticas, quinua y amaranto, proyectos productivos del programa tierradentro, confecciones, metalmecánica, maderas, fique, leche, cueros, alimentos, orfebrería.
- Regionalización de las actividades productivas dinámicas.
- Tendencia al asociativismo.

- Instituciones de apoyo: Universidad del Cauca, Consejo Departamental de Ciencia y Tecnología del Cauca CODECYT, Centro de Productividad e Innovación del Cauca –CREPIC-, SENA -Regional Cauca-, Cámara de Comercio del Cauca, COMFACAUCA, Federación de Microempresarios del Cauca –FEDEMIC-, Federación de Cooperativas del Cauca FOMIPYME, Corporación de Desarrollo de las Microempresas, Fundación Bajo Patía FUNDEBAP, Asociación Tierradentro (financiados por la Unión Europea), Asprodeca, Cosurca.
- Instrumentos aplicados: Plan Regional del Pacífico de Ciencia y Tecnología, Plan Estratégico Exportador del Cauca, Convenio de Competitividad Turística, Alianzas estratégicas.
- Proyectos específicos: Sistema de Información Tecno-económica del Cauca SITEC y Sistema integrado de información ambiental.

La actual Administración del Cauca está dispuesta a entablar un diálogo permanente con las organizaciones mencionadas con el ánimo de seguir construyendo nuevas alternativas de inversión en el Departamento que generen procesos de desarrollo económico y social en beneficio de la sociedad caucana.

### 4.3 ENTORNO ECOLÓGICO

- **Biodiversidad:** El Departamento del Cauca muestra variedad de recursos, riqueza natural y biodiversidad geográfica. Este posee: costas sobre el Océano Pacífico, cordilleras y parte del Macizo Colombiano, todo lo anterior con potencialidades agropecuarias, pesqueras, mineras, energéticas, turísticas e hidrográficas, además de climas por la existencia de todos los pisos térmicos.

La actividad a realizar por Divertura, tiene bastante relación con este punto, pues pretende mostrarle en primera instancia a los Payaneses las riquezas

tanto naturales como culturales que se poseen y con base en esto proyectarlas al resto del país y mundo, mostrando así que en el Cauca se posee el talento suficiente para el desarrollo empresarial y el mejor manejo y aprovechamiento de los recursos que se tienen.

#### **4.4 ENTORNO TECNOLÓGICO Y EDUCATIVO**

- **Calidad en la Educación:** De acuerdo a estudios realizados, en el Cauca se presenta un dilema en cuanto a la educación ya que esta se ha calificado como de una calidad baja, pero al mismo tiempo el departamento tiene una de las mejores Universidades del país, que en repetidas ocasiones tiene participación en el ámbito nacional por la calidad de egresados que promulga y por la labor social que cumple.

En cuanto a la baja calidad que se presenta en la educación, que es principalmente en la educación básica se dan las siguientes características:

- En la mayoría de los establecimientos educativos no se cuenta con el espacio pedagógico adecuado para desarrollar el proceso de enseñanza y aprendizaje;
- No existen un buen número de bibliotecas municipales ni regionales actualizadas y modernas que permitan fomentar el espíritu investigativo de docentes y estudiantes;
- Se presenta deficiencia en la supervisión y asesoría por parte de los entes encargados del manejo de la educación;
- Hay carencia de veeduría ciudadana respecto al manejo de la educación.

Además de tener como otra preocupación, la baja transferencia de los conocimientos adquiridos por los docentes hacia los estudiantes. La mayoría de los docentes se encuentran preparados para desarrollar una educación de alto nivel, sin embargo existe poco sentido de pertenencia y compromiso con su oficio ya que muchas veces se aplican metodologías y técnicas inadecuadas.

En el Departamento del Cauca la oferta de educación superior se encuentra concentrada en la ciudad de Popayán, en la cual se cuenta con las siguientes instituciones: la Universidad del Cauca, que ofrece en Popayán programas a nivel de pre-grado, programas de licenciatura, especializaciones, maestrías y tecnologías; el Colegio Mayor del Cauca, que ofrece tecnologías, una especialización y un título profesional; la Fundación Universitaria de Popayán que ofrece programas a nivel de pre-grado, especializaciones y tecnologías; el Instituto Tecnológico de Educación Superior de Comfacauca que ofrece tecnologías; Corporación Unidad de Carreras Intermedias que ofrece licenciaturas y títulos profesionales; Universidad INCCA de Colombia, una especialización; Universidad Mariana; Universidad Cooperativa de Colombia que ofrece programas a nivel de pre-grado; y la Universidad Antonio Nariño con programas a nivel de pre-grado.

La mayor parte de las tecnologías están enfocadas a las áreas de administración de empresas y sistemas.

- **Infraestructura de telecomunicaciones existentes en la región:** De acuerdo a las empresas Caucatel, Emtel y Telecom, el número de abonados en términos totales para el primer trimestre del año 2005 fue de 66.038 usuarios, lo que comparado con meses similares del año 2004 muestra que los abonados han aumentado en 4.799 usuarios, lo que conduce a que este rubro muestre un diferencial relativo de 7.8 puntos porcentuales positivos.

Para el semestre, la tendencia aun mejora más, ya que el sector muestra que el número de abonados creció en 7.462, lo que significa que se experimentó un crecimiento calculado en 12.5 puntos porcentuales.

#### 4.5 ENTORNO JURÍDICO

- **Normatividad laboral:** La empresa a establecer en el presente proyecto, tendrá implicaciones en el ámbito laboral por la Ley 50 de 1990: Código Sustantivo del Trabajo, el cual regula las relaciones de derecho individual del trabajo de carácter particular, y las de derecho colectivo del trabajo, oficiales y particulares.
- **Normatividad comercial:** En el ámbito comercial Divertura estará regulada por el Código de Comercio, el cual controla todas las actividades comerciales que los empresarios deben cumplir en sus empresas.
- **Normatividad tributaria:** Tributariamente la empresa a establecer deberá cumplir con las disposiciones que establece la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales DIAN.
- **Impacto de la reglamentación municipal:** El Municipio impone unos impuestos denominados "municipales" a las empresas, por tanto la organización a establecer deberá cumplir con dicho impuesto.
- **Impacto de la reglamentación del medio ambiente sobre el proyecto:** En cuanto al Medio Ambiente, Divertura, se guiará por lo reglamentado por La Corporación Autónoma Regional del Cauca – CRC -, que es la entidad encargada en el Cauca del manejo y utilización de los recursos ambientales que se poseen.

#### 4.6 ENTORNO SOCIOCULTURAL

- **Tendencias respecto a la cultura empresarial:** Según la visión regional del sector económico realizada por la Gobernación en las reuniones regionales en el proceso de preparación del Plan de desarrollo de los años 2004 - 2007, se detectaron en términos generales algunos problemas que afectan la producción caucana, uno de ellos es la cultura empresarial.

La solución que se propone es un apoyo incondicional por parte del gobierno y del sector privado que genere confianza en el payanes para el momento de invertir y de emprender proyectos que aporten a la región.

#### 4.7 ANÁLISIS DEL SECTOR

- **Caracterización del segmento del mercado que identifica a los clientes potenciales y su impacto sobre el proyecto:** El segmento del mercado para el presente proyecto son los habitantes del Municipio de Popayán de los estratos 3, 4, 5 y 6, que tengan dentro de su rutina salir a los diferentes centros recreativos que posee la ciudad y el Departamento, pero que tienen como característica ofrecer servicios parciales, es decir, no todo lo que el cliente busca en su conjunto.
- **Caracterización de los proveedores potenciales de bienes y servicios y su impacto sobre el proyecto:** Los proveedores potenciales de bienes y servicios para el presente proyecto son: Las empresas a las cuales compraremos los suministros para los diferentes servicios del Parque.
- **Caracterización de los competidores actuales y su impacto sobre el proyecto:** Los competidores actuales para Divertura, son todos los centros recreativos o balnearios que les ofrecen distracción a los payaneses.

#### 4.8 MATRIZ DE ANÁLISIS EXTERNO

De acuerdo a las variables tenidas en cuenta en el análisis de entornos, la elaboración de la Matriz de Análisis Externo (EFE), se hará a cada una de estas variables se les da un peso según su importancia para el proyecto, éstas son multiplicadas por una calificación dada por la siguiente clasificación:

1 = Amenaza fuerte

2 = Amenaza débil

3 = Oportunidad débil

4 = Oportunidad fuerte

Finalmente se obtiene un total y la sumatoria de éste indica el nivel de favorabilidad del proyecto. Para determinar el nivel de favorabilidad se tiene en cuenta la siguiente clasificación:

100 - 175: Nivel de favorabilidad muy difícil

176 - 250: Nivel de favorabilidad difícil

251 - 325: Nivel de favorabilidad favorable

326 - 400: Nivel de favorabilidad muy favorable

**Nivel de Favorabilidad:** De acuerdo a la Tabla 1.2, el proyecto presenta un nivel *Muy Favorable* ya que se encuentra en el rango de 326 – 400.

**Tabla 1.2: Matriz análisis externo**

<b>Variables</b>	<b>Peso</b>	<b>Calificación</b>	<b>Total</b>
<b>ENTORNO ECONÓMICO</b>			
Sociedades Constituidas	2	2	4
Sociedades Reformadas	2	2	4
Sociedades Disueltas	2	2	4
Capital Neto Suscrito	3	2	6
Generación de empleo productivo	5	4	20
Gasto publico en seguridad ciudadana.	5	4	20
Déficit (Superávit fiscal)	3	2	6
Política sectorial macroeconómica del plan de desarrollo o programa de gobierno	3	2	6
Inflación, Tasas de Interés y Mercado Laboral	5	4	20
PIB	3	3	9
Ingreso Per-Capita	3	2	6
Inversión Privada	5	5	25
Inversión Social	4	4	16
<b>ENTORNO POLÍTICO</b>			
Acción de las agremiaciones empresariales	5	3	15
<b>ENTORNO ECOLÓGICO</b>			
Biodiversidad.	5	5	25
<b>ENTORNO TECNOLÓGICO</b>			
Calidad en la Educación.	4	3	12
Infraestructura de Telecomunicaciones Existentes en la Región	4	4	16
<b>ENTORNO JURÍDICO</b>			
Normatividad laboral	4	3	12
Normatividad Comercial	4	3	12
Normatividad Tributaria	4	4	16
Impacto de la reglamentación municipal	4	3	12
Impacto de la reglamentación del medio ambiente sobre el proyecto	5	4	20
<b>ENTORNO SOCIOCULTURAL</b>			
Tendencias respecto a la cultura empresarial	4	3	12
<b>ANÁLISIS DEL SECTOR</b>			
Caracterización del segmento del mercado que identifica a los clientes potenciales y su impacto sobre el proyecto.	4	4	16
Caracterización de los proveedores potenciales de bienes y servicios y su impacto sobre el proyecto.	4	3	12
Caracterización de los competidores actuales y su impacto sobre el proyecto	4	4	16
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>		<b>342</b>

Fuente: Propia de la Investigación



## 5. CONCLUSIONES DE GENERALIDADES DEL PROYECTO

- Existe gran potencial del Cauca como región turística que para ser aprovechada, requiere de la articulación de proyectos generados en este campo, continuando a la vez con las acciones señaladas dentro del acuerdo regional de competitividad turística suscrito por el Ministerio de Desarrollo.
- El esparcimiento es un proceso de acción participativa y dinámica que facilita entender la vida como una vivencia de disfrute, creación y libertad, en el pleno desarrollo de las potencialidades del ser humano para su realización y mejoramiento de la calidad de vida individual y social, mediante la práctica de actividades físicas o intelectuales.
- Al presentarse en el Cauca problemas como en otras regiones del país representados en: altas tasas de desempleo e inseguridad, que se traducen como síntomas de desequilibrio social existente, es necesario impulsar el sector productivo como eje de un equilibrio económico y social necesario para el mejoramiento de la calidad de vida de la población y el desarrollo económico y social.
- Al poseer la población caucana, sus propias formas de expresión culturales conformadas por mitos, tradiciones y costumbres, se hace necesario la creación de escenarios adecuados donde locales, tengan la oportunidad de interactuar con ellos, para dar como resultado no solo un beneficio económico, sino un intercambio cultural y la acción social de promoción local.
- Es necesario en el momento de promocionar al Cauca, tener un elemento distintivo que le permita diferenciarse de otras partes del mundo que realizan la actividad turística.

- La creación de espacio donde se promueva el turismo brindará la oportunidad a que el payanes desarrolle el sentido de pertenencia por su departamento, generando un beneficio colectivo, pues dejará la inquietud en nacionales y extranjeros quienes muy seguramente visitarán el parque.
- En la ciudad de Popayán se presenta un déficit de sitios que ofrezcan esparcimiento.

## **CAPITULO II**

### **ESTUDIO DEL MERCADO**

#### **1. SERVICIO**

Divertura mediante los diferentes servicios que ofrece busca satisfacer de manera integral las necesidades de diversión y cultura existentes en la ciudad de Popayán, pues actualmente no existe un lugar que ofrezca servicios de recreación innovadores y mucho menos uno donde se integre también la cultura del Departamento del Cauca.

Con los servicios ofrecidos por el Parque se busca que las personas que lo visiten vivan una nueva aventura, es por esto que Divertura contará con un departamento de Investigación y Desarrollo (I+D), que será el que constantemente investigue para descubrir actividades innovadoras que atraigan a los clientes y hagan que regresen nuevamente al Parque. De igual forma se contará con profesionales altamente competentes que interactuarán continuamente con el cliente, con el propósito de monitorear y evaluar las expectativas que lo motivan al uso de los servicios. Es así como la empresa propenderá por brindar un servicio garantizado y de calidad desde el momento en que el cliente llegue a la organización hasta que satisfactoriamente se hayan cumplido sus objetivos.

Los servicios de recreación ofrecidos en el Parque brindarán diferentes alternativas a sus clientes para que sean ellos quienes decidan lo que desean hacer, dándoles la oportunidad de vivir una experiencia inolvidable en su estadía en él.

De igual forma con el servicio referido al Departamento del Cauca se busca que las personas conozcan sobre él sin necesidad de desplazarse hasta los diferentes

Municipios para conocer lo más representativo de ellos, pues en el Parque se podrá encontrar una zona especialmente destinada para esto, impulsando así el turismo de la región.

El Parque mediante sus servicios desea convertirse en una excelente alternativa de recreación y promoción del turismo del Departamento del Cauca.

## **1.1 USOS Y ESPECIFICACIONES DEL SERVICIO**

### **1.1.1 Servicios iniciales a ofrecer.**

A continuación se describirán los servicios que inicialmente ofrecerá el Parque, con los cuales se determinará su factibilidad. Es importante tener en cuenta que estos servicios fueron escogidos por las autoras del proyecto de acuerdo a observaciones realizadas en diferentes lugares que ofrecen recreación y cultura, tales como Parque del Café, Panaca, Yakú y Centro Recreativo Comfacauca, buscando con ello ofrecer servicios innovadores.

- **Servicio 1: Granja interactiva**

La granja interactiva es mucho mas que un lugar de diversión, es un centro de aprendizaje para familias, colegios, universidades y jardines infantiles donde es posible experimentar el contacto con más de 10 especies animales. Nuestro mercado meta serán tanto los niños como los adultos, puesto que la riqueza del entorno educativo de la granja interactiva permite la realización de experiencias significativas y auténticas a través de actividades de descubrimiento, ya que los niños en compañía de sus padres o profesores podrán aprender a ordeñar una vaca, alimentar y conocer las características de los diferentes tipos de animales como, conejos, tortugas, patos, gallinas, cerdos, cabras, vacas, ovejas, burros, caballos y aves ornamentales. Los cubículos donde estarán ubicados los animales cuentan con un espacio adecuado para cada especie permitiendo así la interacción y el contacto.

En la granja se encontrará un espacio propicio para niños y mayores que podrán disfrutar conjuntamente de los animales alimentándolos con teteros (terneros y cerditos), concentrado, panelitas (equinos y bovinos) y maíz o crispetas (patos y aves ornamentales), entre otros productos. Esta granja esta pensada para todas las personas que buscan una sana diversión, que sea educativa, que tenga un ambiente de total tranquilidad y seguridad al mismo tiempo.

Se contará con guías para dar toda la información necesaria sobre los animales a las personas que lo requieran e igualmente se harán programaciones especiales de diversas actividades tales como: concurso del niño que arregle más rápido un lechón, carrera de lechones, carrera de conejos, competencia del que ordeñe y llene una botella de leche más rápido, entre otras. Dichas actividades innovadoras se realizarán, dado que es de nuestro interés que los visitantes encuentren un sitio de diversión y entretenimiento por excelencia y así vivan una nueva aventura. A este servicio se le debe prestar especial atención porque según la pregunta 10 y 11 de la Investigación de Mercados tendrá una gran acogida por parte de la población.

**Figuras 2.1, 2.2 y 2.3: Granja interactiva**





- **Servicio 2: Lago de pesca**

El servicio del lago de pesca deportiva buscará ofrecer una alternativa de recreación directa con la naturaleza, pues los visitantes tendrán la oportunidad de pasar un rato sano y agradable de esparcimiento y/o integración familiar pescando, para lo cual podrán llevar sus varas de pesca y demás implementos o el Parque se los podrá proporcionar en alquiler.

Este lago ofrece los servicios tradicionales de pesca como cualquier otro, pero en busca de que los visitantes del Parque disfruten de actividades innovadoras, se realizarán concursos como la persona que saque el pescado más grande, la persona que mas pesque en determinado tiempo, entre otras, con el fin de que ellos vivan una nueva aventura.

Es importante también mencionar que el lago de pesca, además de ofrecer espacios de diversión y esparcimiento, brinda la posibilidad del consumo de un alimento esencial para el cuerpo, ya que la carne de pescado es rica en proteínas, minerales y vitaminas, lo que contribuye al crecimiento sano de niños y jóvenes y a la reparación de músculos y tejidos que normalmente se van gastando en los adultos.

**Figura 2.4: Lago de pesca**



- **Servicio 3: Lago eco-recreativo**

ECO: Hace referencia a ecología, por el contexto natural, el contacto que tiene el cliente con la naturaleza, el ambiente y las aves que hay en el agua.

RECREATIVO: Hace referencia a la diversión y esparcimiento que tendrá el cliente al usar el servicio del lago.

El eje principal en la prestación de los servicios del lago eco-recreativo es brindar a las personas la oportunidad de tener un espacio propicio para estar en contacto con la naturaleza y a la vez disfrutar de un sano esparcimiento junto con las personas que lo acompañen, pues podrán gozar de varios servicios, como el alquiler de botes a pedal ( para dos y cuatro personas), alimentar a las aves (patos y gansos) que habitarán el él o podrán utilizar el sendero del lago, sus bancas y su plataforma de madera simplemente para dar un paseo y disfrutar de un ambiente natural y de relajación, lo que permitirá que los visitantes salgan de sus rutinas diarias, igualmente se realizarán diferentes actividades como competencias en botes para hacer que los visitantes vivan una nueva aventura.

Estas opciones de diversión están diseñadas para ser disfrutadas por todas las personas de cualquier edad (haciendo claridad de que los menores de edad deberán estar acompañados por un adulto responsable; sólo podrán hacer uso de los botes personas mayores de ocho años; o menores de ocho años bajo responsabilidad de sus padres).

**Figura 2.5: Lago eco-recreativo**



- **Servicio 4: Zona de camping**

Mediante este servicio el cliente podrá contar con un espacio destinado para la instalación de carpas tanto de trabajo individual como grupal, además de un sitio específico para realizar fogatas con el fin de evitar incendios y el deterioro de la grama. En esta zona los clientes podrán pasar su estadía temporaria disfrutando del aire libre y de la naturaleza.

Los clientes podrán llevar sus carpas e implementos necesarios para desarrollar esta actividad sin ningún contratiempo o el Parque le facilitará el alquiler de ellos.

Con el fin de que los clientes vivan una nueva aventura, se realizarán actividades como noches de cuenteros alrededor de la fogata o grupos musicales, entre otras.

**Figura 2.6: Zona de camping**





- **Servicio 5: Tú aporte al parque**

Es un lugar donde los visitantes del Parque pueden pintar sobre un mural de guadua, piedras, sembrar un árbol o flores, que enluzcan, hagan llamativa y divertida su estadía en el Parque, además que permita dejar un recuerdo de quien estuvo en él, lo que hace que ellos vivan una nueva aventura, pues es algo innovador que ningún sitio de la ciudad ofrece. Para esto el Parque brindará todos los materiales necesarios sin costo alguno; igualmente los niños contarán con un recreacionista.

**Figuras 2.7 y 2.8: Tú aporte al Parque**



- **Servicio 6: Zona recreativa**

En esta zona se pueden encontrar diversas opciones para la recreación de grandes y chicos, pues cuenta con juegos infantiles, piscinas (grande y pequeña), canchas polideportivas que brindan la posibilidad de ejercer varias disciplinas (baloncesto, voleibol y microfútbol) y cancha de voley playa.

En esta área se encuentran muchos servicios de una zona recreativa tradicional, pero de acuerdo a los resultados de las preguntas 10 y 11 de la investigación de mercados es necesario ofrecerlos porque a la población le gustaría encontrarlos en un sitio como este, sin embargo se realizarán actividades innovadoras para atraer a los clientes, hacer que cambien sus actuales opciones de recreación, prefieran venir al Parque de Diversión y Cultura y vivan una nueva aventura. De

igual forma se dispondrá de un lugar para realizar diferentes actividades como: Aeróbicos, muro de escalar, barras de ejercicio, entre otras.

**Figuras 2.9, 2.10 y 2.11: Zona recreativa**



- **Servicio 7: Zona de juegos infantiles**

En el área de Juegos Infantiles se encontrarán juegos tradicionales como los columpios, resbaladeros y carrusel, pero también habrá inflables como tigre abajo, castillo antiguo, casa club carnaval, lona de brincos y play ground - metropo. Todo esto con el fin de satisfacer las necesidades y expectativas de los niños para que pasen un rato agradable, se integren con otros niños, pensando siempre en aportarles espacios para su desarrollo integral mediante una recreación dirigida y a la vez lúdica y así vivan una nueva aventura.

**Figuras 2.12, 2.13, 2.14 y 2.15: Juegos infantiles**





- **Servicio 8: Zona representativa del Cauca o Zona C**

Su nombre se deriva de la forma que tendrá el terreno donde está ubicado este espacio, puesto que al observarlo desde el aire, se puede apreciar la figura de una C (Ver figura 3.22: Distribución de planta). Igualmente porque en esta zona se podrá disfrutar de la riqueza del Departamento del Cauca, teniendo en cuenta sus aspectos representativos como la flora y la fauna (29%), representaciones de los principales sitios turísticos (27%), comidas típicas (23%) y cultura (20%), los cuales son los más preferidos por la población según los resultados de la pregunta No. 18 de la Investigación de Mercados.

De igual forma se debe tener en cuenta que esta zona tendrá gran acogida por la población, debido a que según los resultados de la pregunta 19 de la Investigación, al 89% de la población le gustaría disfrutar en un mismo lugar tanto de los servicios recreativos como de las representaciones de los aspectos distintivos del Departamento del Cauca.

Dentro de los aspectos que se mostrarán están los mencionados en el capítulo I: Generalidades del proyecto donde se describen los sitios turísticos, costumbres, flora, fauna, entre otros, según la zonificación determinada para el Departamento del Cauca: Amazónica, Pacífica, Andina y Popayán.

A lo largo del recorrido de la Zona C los visitantes encontrarán varios aspectos tales como: Por qué creer en el Cauca, datos curiosos del Departamento del Cauca, información de diferentes personajes que hicieron historia en dicho Departamento, artistas y empresas destacadas, emprendedores, entre otros.

Se debe aclarar que la Zona C requiere una investigación más profunda que permita determinar qué mostrar de los aspectos mencionados anteriormente y definir la forma en que estos se darán a conocer, dicho estudio se realizará durante la fase de inversión.

**Figuras 2.16, 2.17 y 2.18: Zona C**



- **Servicio 9: Kiosco de eventos**

Este kiosco ofrece a sus clientes la posibilidad de celebrar eventos pequeños como fiestas infantiles al igual que reuniones informales ya sean familiares o empresariales, para lo cual se alquilará según previa reservación y se arreglará y decorará de acuerdo a la ocasión.

**Figura 2.19: Kiosco de eventos**



- **Servicio 10: Plaza de comidas**

La plaza de comidas es un lugar donde las personas que visiten el Parque podrán encontrar gran diversidad de alimentos, lo que hace que tengan varias alternativas a la hora de escoger, entre ellas comidas típicas de la región.

**Figura 2.20: Plaza de comidas**



- **Servicio 11: Salón de juegos tradicionales**

El salón de juegos tradicionales está creado con el fin de brindar un lugar para la recreación y el sano esparcimiento de las personas de la ciudad de Popayán (niños, jóvenes y adultos), a quienes les gusta pasar su tiempo libre disfrutando de juegos como billar, ping pong, sapo, juegos de mesa, entre otros.

Este servicio se compone de 3 salones, dentro de los cuales se encuentra un salón con los juegos de billar, otro con los juegos de ping pong y sapo, y un espacio libre utilizado para el servicio de juegos de mesa.

Se buscará continuamente realizar actividades que hagan del salón de juegos tradicionales un espacio ameno y agradable, tales como concursos, premios, entre otros.

Los juegos de mesa serán además del parqués, el domino y las cartas, los juegos actuales que se promocionan continuamente en los principales supermercados de cadena como risk, monopolio, entre otros, para lograr así que los clientes vivan una nueva aventura.

**Figura 2.21 y 2.22: Salón de juegos tradicionales**



Después de realizar la investigación de mercados se pudo concluir que el servicio antes mencionado no tiene gran preferencia entre los clientes potenciales, por lo tanto se decidió no prestarlo, además porque sus costos de inversión son altos.

### **1.1.2. Servicios futuros**

Se espera que la organización en el mediano y largo plazo también pueda ofrecer otros servicios, como son:

- Salón de Convenciones
- Cabañas

- Sala virtual Juego de la granja
- Pista de Cars

Se debe aclarar que al momento de implementar alguno de estos servicios se requerirá un nuevo estudio o reajustar el actual.

Basados en la observación y en experiencias propias, se puede asegurar que las personas visitarán con mayor frecuencia el Parque los fines de semana (viernes, sábados, domingos y festivos) que días de semana (martes, miércoles y jueves). Para enfrentar dicha situación el Parque Divertura implementará estrategias que incentiven a los visitantes; una de ellas podrá ser ofrecer los servicios a organizaciones como colegios, universidades, empresas, gremios, entre otros, pues estas entidades pueden asistir a Divertura en grupo (como actividad lúdica) cualquier día de la semana. Para confirmar lo dicho anteriormente es necesario realizar un nuevo estudio o replantear el desarrollado actualmente.

### **1.1.3 Niveles del servicio**

El servicio esencial del Parque es la recreación porque los clientes podrán gozar de diversas alternativas que permitan satisfacer esta necesidad como lo son las piscinas, las canchas, los juegos infantiles, el lago de pesca, el lago eco-recreativo, en los que se deberán realizar actividades innovadoras para que los visitantes vivan una nueva aventura.

También, el servicio es el conocimiento porque con servicios como la granja se busca que la gente aprenda sobre los animales y la zona representativa del Cauca donde se quiere que las personas conozcan sobre su Departamento y de igual forma vivan una nueva aventura.

#### **1.1.4 Servicios complementarios**

- Se ofrecerá al cliente la venta de material relacionado con el cuidado de los animales, con el fin de que pueda tener a su alcance información que le ayudará a reforzar sus conocimientos sobre ellos.
- Los clientes tendrán la oportunidad de comprar huevos de campo, leche de vaca (la pueden ordeñar), es decir los alimentos producidos por los animales de la granja interactiva y los mismos animales podrán ser comprados por los visitantes.
- Se prestara el servicio de fotografía con los animales y las diferentes atracciones del Parque.
- Los clientes contarán con guías o recreacionistas si lo consideran necesario.
- Se venderán recuerdos del Parque como camisetas y gorras impresas con el logotipo.

#### **1.1.5. Servicios sustitutos**

Teniendo en cuenta que los sustitutos son servicios que satisfacen la misma necesidad que tienen los clientes potenciales de la empresa, pero de diferente forma como lo hace ésta, se consideran como sustitutos a:

- Las ciudades de hierro y circos que llegan a la ciudad en algunas épocas del año.
- Centros recreativos de la ciudad que solamente ofrecen diversión.
- Caravanas turísticas.
- Sitios donde se obtenga información del Departamento del Cauca.
- Restaurantes campestres de la ciudad.

Se puede observar que el Parque Divertura no tiene un sustituto perfecto, es decir, no existe un lugar que ofrezca a la vez todos los servicios que brinda dicho Parque.



## 2. MARCA

La marca es el distintivo que servirá para identificar a la futura empresa de las otras que se encuentren dentro de su mismo mercado.

La marca del Parque contará con sus tres elementos esenciales, como lo son:

### 2.1 NOMBRE

Para el futuro Parque se ha designado el nombre de “Divertura”. Se escogió éste dado que: Es original, ya que se investigó que en los registros de la Cámara de Comercio no existiera un nombre igual o similar al definido; es corto, fácil de pronunciar, de leer y de recordar, factores que contribuyen al deseo de expresar una adecuada connotación con los servicios y la naturaleza de la empresa en cuestión.

La denotación del nombre es la siguiente:

**Diver:** Diversión

**Tura:** Cultura

Es así como el nombre de “Divertura” expresa adecuadamente los servicios y campo de acción de la organización.

### 2.2 SLOGAN

El eslogan escogido para el Parque es *Una nueva aventura por vivir!*

Se ha establecido esta frase como slogan de la organización dado que es original, corto, verídico y fundamentalmente resume en forma breve el principal beneficio que

desea brindar la empresa a sus clientes cuando visiten el Parque: Vivir una nueva aventura

### 2.3 LOGOTIPO

El logotipo escogido es el que se muestra en la Figura 2.23 y representa una ruleta en la que se encuentran las diferentes actividades que se pueden realizar en el Parque, además hay un dardo para que sea el cliente quien decida cuál es la actividad que desea realizar, dardo que puede ser lanzado cuantas veces desee el cliente con el fin de disfrutar de los diversos servicios que ofrece el Parque.

**Figura 2.23: Logotipo**

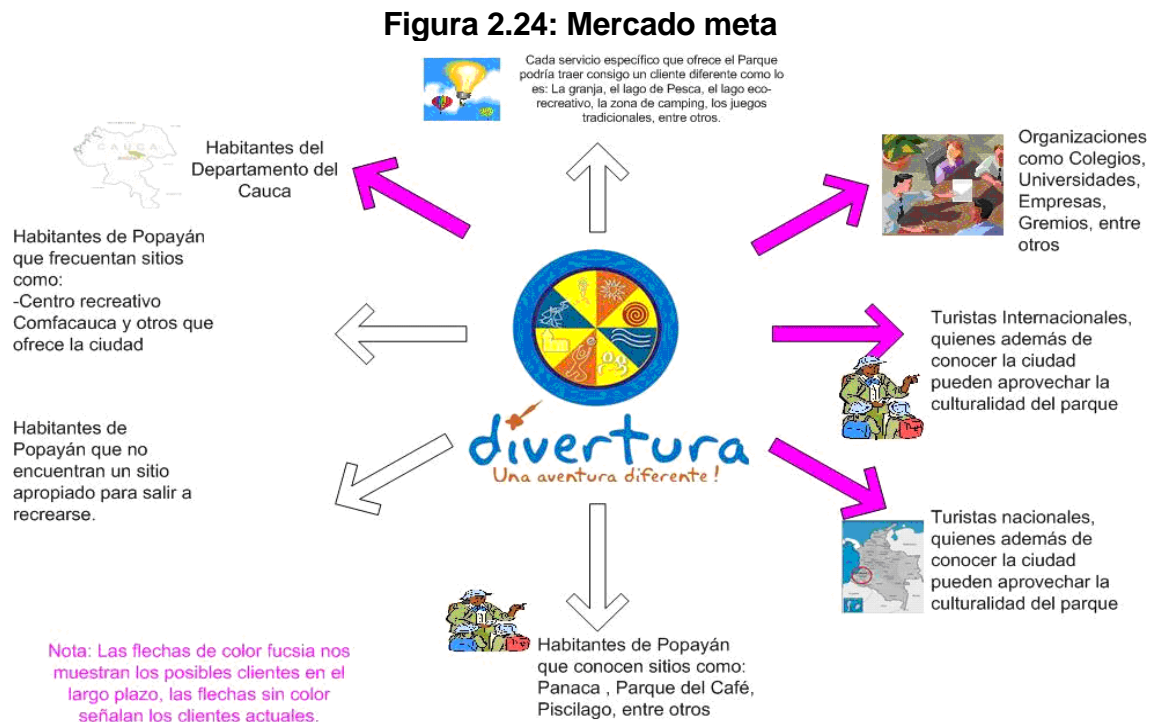


Fuente: Propia de la investigación

### 3. MERCADO META

#### 3.1 CLASIFICACIÓN DEL MERCADO META

Los usuarios del PARQUE DE DIVERSIÓN Y CULTURA en el corto plazo serán las personas y familias de estratos 3, 4 y 5 del Municipio de Popayán. A medida que el Parque vaya creciendo y que el servicio de la Zona Representativa del Departamento este más estructurado, las personas del resto del Departamento del Cauca y de Colombia tendrán más motivos para asistir al Parque, lo que los convierte en largo plazo en usuarios del mismo, al igual que a los extranjeros que visiten la Ciudad de Popayán. Esto se muestra en la figura 2.24, donde las flechas de color fucsia son los posibles clientes futuros y las flechas sin color los clientes actuales.



Fuente: Propia de la investigación

## **3.2 CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO META**

### **3.2.1 Características generales**

- Ubicación Geográfica: Los clientes del Parque serán las familias y personas que se encuentren ubicadas en el Municipio de Popayán del Departamento del Cauca.
- Perfil del Cliente: Los clientes del Parque serán aquellas personas que busquen contacto con la naturaleza, que deseen desestresarse y compartir momentos agradables con su familia y a la misma vez quienes quieran culturizarse a través de conocimientos acerca del Departamento del Cauca, y quienes busquen *Una nueva aventura por vivir!*

## **3.3 MERCADO META ACTUAL**

Como se describe en la Figura No. 2.24 se puede observar que los clientes actuales serán:

- Habitantes de Popayán que frecuentan sitios como el Centro recreativo PISOJÉ de Comfacauca y/u otros similares que ofrece la ciudad.
- Habitantes de Popayán que no encuentran un sitio apropiado para salir a recrearse.
- Habitantes de Popayán que conocen sitios como: Panaca, Parque del Café, Piscilago, entre otros.
- Cada servicio específico que ofrece el Parque (la granja interactiva, el lago de pesca, el lago eco-recreativo, la zona de camping, los juegos tradicionales, entre otros) podría traer consigo un cliente diferente.

Lo anterior se puede confirmar con la investigación de mercados, en la pregunta No. 4, donde encontramos que el 63% de las personas acostumbran a salir los

fin de semana a centros recreativos, y del porcentaje que no salen, el 15% no lo hace por falta de buenos sitios de recreación.

### **3.4 MERCADO META FUTURO**

Cómo se observó en la figura No 2.24 los clientes en el largo plazo serán:

- Organizaciones como Colegios, Universidades, Empresas, Gremios, entre otros.
- Turistas Internacionales, quienes además de conocer la ciudad pueden aprovechar la culturalidad del parque.
- Turistas nacionales, quienes además de conocer la ciudad pueden aprovechar la culturalidad del parque.
- Habitantes del resto del Departamento del Cauca.

Es necesario aclarar que las autoras del proyecto han definido a los anteriores como clientes a largo plazo ya que para conquistar estos mercados se debe analizar cada uno de ellos, reajustando nuevamente los estudios, al igual que reajustando el plan promocional establecido o realizar uno nuevo. De igual forma porque dirigiendo el Parque inicialmente sólo a este tipo de clientes, con la frecuencia de sus visitas, no sería posible sostenerlo financieramente.

## **4. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS**

Esta Investigación de Mercados sirvió para reforzar otras partes del estudio del mercado como servicios ofrecidos, mercado meta, proyección de la demanda, oferta y precio, debido a que sus resultados permitieron establecer lo anterior con mayor certeza.

### **4.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

#### **4.1.1 Antecedentes del problema**

Actualmente existen en el Departamento del Cauca sitios que ofrecen servicios de recreación, diversión y descanso, pero no existe uno que ofrezca además de lo anterior una opción que permita dar a conocer todas las bondades naturales y culturales que posee esta región; bondades que son dignas de conocer en primera instancia por los Caucanos, para de esta forma afianzar el sentirse orgullosos por la diversidad de riquezas que se posee; y que a la vez permita promocionar al Departamento como uno de los destinos turísticos mas demandados por nacionales y extranjeros.

Además, al no contar el Cauca con tecnología avanzada o con fuentes de desarrollo industrial, es necesario implementar vías alternas que permitan posicionarlo dentro del país, teniendo como base la innumerable cantidad de recursos naturales que posee para explotar turísticamente, y la gran biodiversidad con la que cuenta, digna de dar a conocer a nivel nacional e internacional<sup>37</sup>. Por esta razón, al no existir en el Municipio de Popayán una opción de esparcimiento local para sus habitantes y turistas, donde además se integre la innovación, cultura y naturaleza, surge la necesidad de realizar un estudio que busque

---

<sup>37</sup> Cabe resaltar que se cuenta con TAMPU, que es un sitio en la Web para dar a conocer el Cauca, o sea, esta es otra colaboración para la promoción turística del Departamento. El Parque que se desea crear sería una tangibilización de algunos puntos identificados o que poseen ciertas características dignas de dar a conocer.

determinar si existirá demanda suficiente para la creación de un Parque de esparcimiento local para la promoción del turismo del Departamento del Cauca que busque suplir esta necesidad.

#### **4.1.2 Formulación del problema**

¿Existirá demanda suficiente para la creación de un Parque de esparcimiento local para la promoción del turismo del Departamento del Cauca, donde pueda integrarse el esparcimiento, la naturaleza, la cultura y el turismo que lo caracteriza?<sup>38</sup>

### **4.2 OBJETIVOS<sup>39</sup>**

#### **4.2.1 Objetivo general**

Determinar si existe demanda suficiente para la creación de un Parque de recreación y esparcimiento en la ciudad de Popayán y así mismo promocionar el turismo del Departamento del Cauca.

#### **4.2.2 Objetivos específicos**

- Conocer el tipo o tipos de usuarios que frecuentarían el Parque de recreación y cultura en la ciudad de Popayán.
- Identificar la frecuencia con que los habitantes de Popayán visitan los actuales Centros de recreación de la ciudad.
- Indagar por la intención de uso del usuario hacia los servicios ofrecidos por el Parque.
- Determinar si la población Caucana esta dispuesta a conocer sobre los atractivos turísticos del Departamento del Cauca.
- Conocer los gustos y preferencias de las personas que frecuentarían el Parque de recreación y cultura.

---

<sup>38</sup> Fuente: Asesoría Profesor Guido Campo.

<sup>39</sup> Fuente: Asesoría Profesor Guido Campo.

- Identificar la competencia que existe en la ciudad de Popayán para el parque, es decir, establecer la oferta de recreación y cultura en la ciudad de Popayán.
- Identificar si los servicios establecidos para el Parque son los deseados por la población.
- Determinar que porcentaje de la población acostumbra a salir a Centros recreativos de la Ciudad de Popayán.
- Identificar las razones por las cuales algunas personas no asisten a los Centros recreativos de la Ciudad.

### **4.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **4.3.1 Naturaleza del diseño de la investigación**

El diseño de investigación en primera instancia es de carácter cualitativo utilizando un estudio exploratorio donde se analizan los datos secundarios relacionados con el estudio. Posteriormente, se llevó a cabo una investigación cuantitativa de corte descriptivo; para obtener esta información se utilizó el método de la encuesta y como instrumento el cuestionario, puesto que brinda la posibilidad de llegar directamente al cliente.

#### **4.3.2 Recopilación de los datos primarios y secundarios**

Los datos primarios utilizados en esta investigación es una prueba piloto realizada con el fin de conocer si la población de Popayán tiene diferentes opciones de recreación para salir los fines de semana, la cual dio como resultado que efectivamente las personas no tienen a donde ir de paseo (opciones innovadoras).

#### **4.3.3 Diseño del cuestionario<sup>40</sup>**

Se utilizó un cuestionario estructurado directo que incluye tanto preguntas abiertas como cerradas, procurando con un solo instrumento cumplir con los objetivos planteados en el estudio. Ver anexo A.

---

<sup>40</sup> Fuente: Asesoría con experto; Profesor Guido Campo.



#### **4.3.4 Diseño de la muestra**

##### **4.3.4.1 Población<sup>41</sup>**

La población meta del estudio son los jóvenes (entre 12 y 18 años) y adultos (18 años en adelante) de los estratos 3, 4 y 5 de la ciudad de Popayán.

##### **4.3.4.2 Marco muestral**

Para encontrar los datos relacionados con la población objeto de estudio se tuvo en cuenta la información suministrada en la Oficina de Planeación de la Alcaldía Municipal, la cual a través de una cartilla llamada “*Presupuesto Participativo Vigencia 2006*” muestra la lista de los barrios pertenecientes a cada estrato social de la ciudad, información que es útil para verificar que las personas encuestadas hagan parte de la población objeto de estudio.

Para la realización de las encuestas se decidió aplicarlas en los supermercados de la ciudad tales como Almacenes Éxito, Supertiendas Olímpica y Comfacauca; sitios deportivos como Tulcán y la Villa Olímpica y en la Universidad del Cauca, estos sitios se escogieron debido a que en estos lugares las personas tienen mejor disposición para responder una encuesta, pues en sus hogares (lo ideal) muchos se negarían a hacerlo por la inseguridad existente en la ciudad.

##### **4.3.4.3 Tipo de muestreo<sup>42</sup>**

El muestreo utilizado en este estudio es un muestreo no probabilístico por juicio, es decir, que para la realización de las encuestas los elementos de la población se seleccionaron de manera intencional con base en el juicio de las investigadoras de acuerdo a lo establecido en el marco muestral.

##### **4.3.4.4 Tamaño de la muestra**

Para calcular el tamaño de la muestra se tuvo en cuenta que el tamaño de la población que es de 87.668 personas<sup>43</sup>, como esta cifra supera las 5.000 personas

---

<sup>41</sup> Fuente: Asesoría con experto; Profesor Guido Campo.

<sup>42</sup> Fuente: Asesoría con experto; Profesor Guido Campo.

se hace necesario trabajar con una muestra infinita<sup>44</sup>, para lo cual se tienen los siguientes datos:

n: número de encuestas

Z: nivel de confianza del 95% = 1.96

E: margen de error del 10% = 0.1

P: porcentaje de veces que se supone que ocurre el fenómeno en la población:  
50% = 0.5

Q: (1-p) es el porcentaje de la no ocurrencia del fenómeno: 50% = 0.5

$$n = \frac{Z^2 * P * Q}{E^2}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.5 * 0.5}{(0.1)^2}$$

$$n = 96.04 \approx 96$$

El número de personas a encuestar es de 96, de las cuales se definió en asesorías con un experto<sup>45</sup> realizar el 20% de las encuestas a jóvenes y el 80% restante a adultos.

Teniendo en cuenta que las personas a encuestar se dividen en jóvenes y adultos, a continuación se presenta el número de encuestas que se aplicará a cada uno de ellos.

---

<sup>43</sup> De acuerdo con las proyecciones presentadas por el DANE para el año 2005, Popayán contó con una población total de 239.087 personas, de las cuales 218.350 (91.3%) se encuentran localizadas en el área urbana. La población de los estratos 3, 4 y 5 es del 55% de la población total. Actualmente, la clasificación por grupos etéreos está compuesta por: Menores de 3 el 6%; entre 3-5 años el 7%; de 6-11 años el 14%; de 12 -18 años el 17%; entre 19-65 el 52% y con más de 66 años el 4%. Entonces  $218.350 * 55\% = 120.093$  personas es la población urbana que pertenece a los estratos 3, 4 y 5;  $120.093 * 73\% = 87.668$  personas es la población urbana de los estratos 3, 4 y 5 que tiene 12 años en adelante.

<sup>44</sup> Recomendación del experto Guido Campo

<sup>45</sup> Profesor Guido Campo.

**Tabla 2.1: Encuestas a realizar**

<b>Grupo</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Número de Encuestas a Realizar</b>
Jóvenes	20%	19
Adultos	80%	77
<b>TOTAL</b>	<b>100.0%</b>	<b>96</b>

Fuente: Propia de la investigación.

#### **4.3.5. Trabajo de campo**

Las encuestas fueron realizadas en los sitios mencionados en el marco muestral, se realizó de forma personalizada, es decir se leía cada pregunta del cuestionario, se explicaba cualquier duda y una vez contestada la pregunta se anotaba la respuesta en el formato de encuesta para su posterior tabulación y análisis respectivo. Además a cada encuestado se le mostró el plano del Parque con el fin de dar a conocer cómo sería éste.

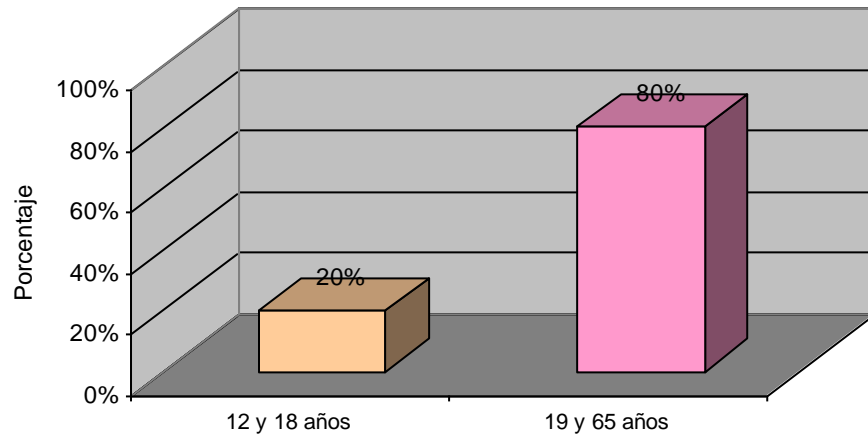
#### **4.4 ANÁLISIS DE DATOS**

Para un correcto entendimiento del análisis de las encuestas se hace necesario aclarar lo siguiente:

- De acuerdo con el diseño del cuestionario, no todas las preguntas deben ser respondidas por el total de la muestra, debido a que algunas preguntas no aplican para ella, pues eso depende de lo que respondan en la pregunta precedente.
- En las encuestas que se presentan a continuación existen varias preguntas de ***opción múltiple***. La tabulación de este tipo de preguntas se hizo con base a respuesta por respuesta dada por cada encuestado, con lo que se tendría que el total de éstas puede ser mayor o igual al total de encuestados (nunca menor).

- **Pregunta N° 1. Su edad esta entre:**

**Figura 2.25: Pregunta N° 1**

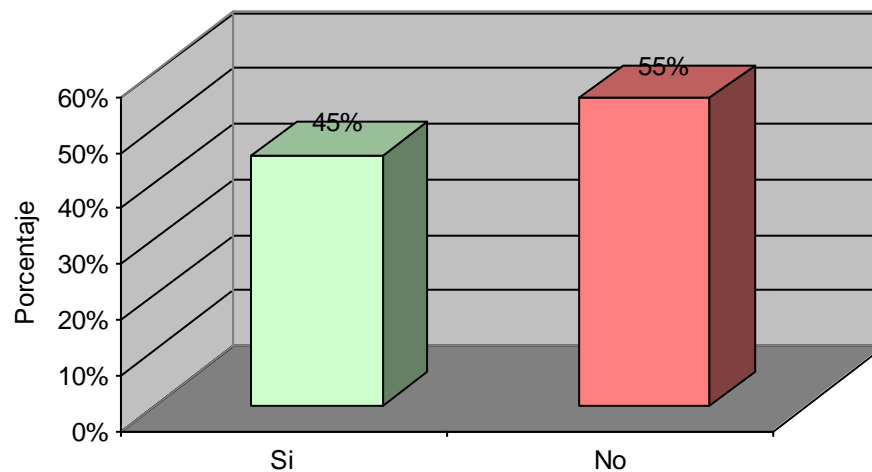


Fuente: Propia de la investigación.

El 80% de la población es adulta, es decir, tiene más de 25 años, mientras que el 20% de la población es joven, ya que su edad esta entre 12 y 18 años.

- **Pregunta N° 2. ¿Tiene hijos menores de 12 años?**

**Figura 2.26: Pregunta N° 2**



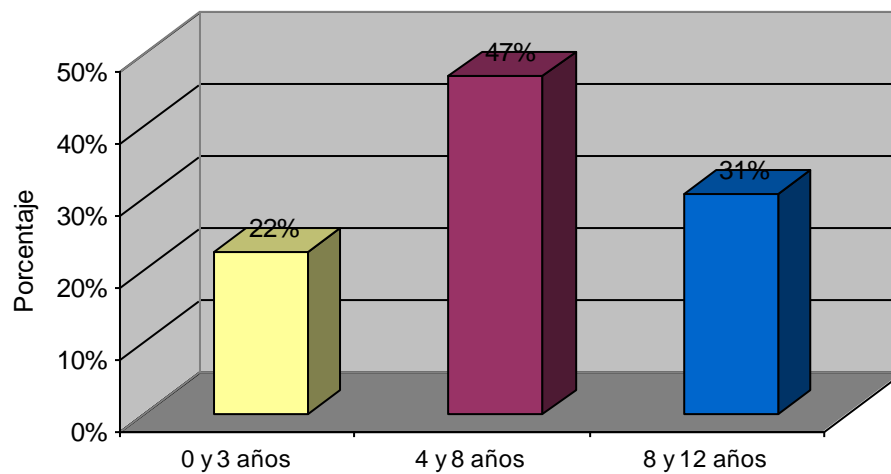
Fuente: Propia de la investigación.

El 45% de la población tiene hijos menores de 12 años y el 55% restante no tiene hijos menores de 12 años.

- **Pregunta N° 3. ¿Qué edad tiene su hijo o hijos?**

Esta pregunta no aplica para el 55% de la población, ya que no tiene hijos menores de 12 años.

**Figura 2.27: Pregunta N° 3**

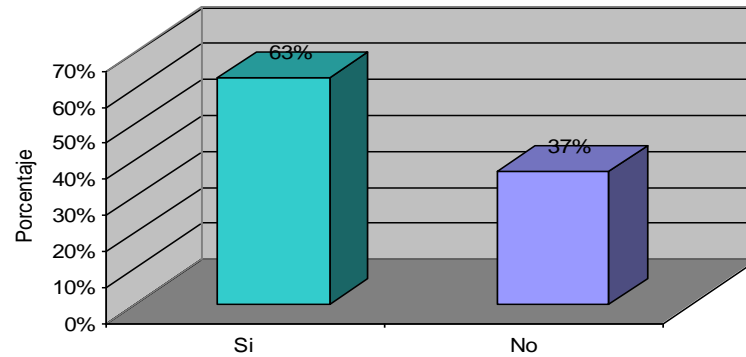


Fuente: Propia de la investigación.

El 47% de la población indica que la edad de su hijo está entre 4 y 8 años, el 31% tiene hijos entre 8 y 12 años y el 22% tiene hijos entre 0 y 3 años.

- **Pregunta N° 4. ¿Acostumbra usted a salir algunos fines de semana de paseo a centros recreativos de la ciudad de Popayán?**

**Figura 2.28: Pregunta N° 4**

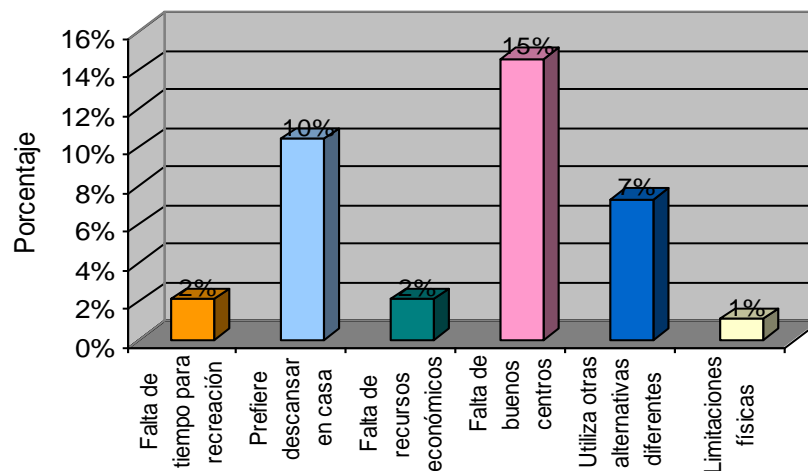


Fuente: Propia de la investigación.

- **Pregunta N° 4a. ¿Por qué no acostumbra usted a salir algunos fines de semana de paseo a centros recreativos de la ciudad de Popayán?**

Esta pregunta no aplica para el 63% de la población, pues este porcentaje es el que acostumbra a salir algunos fines de semana de paseo a centros recreativos de la ciudad de Popayán.

**Figura 2.29: Pregunta N° 4a**

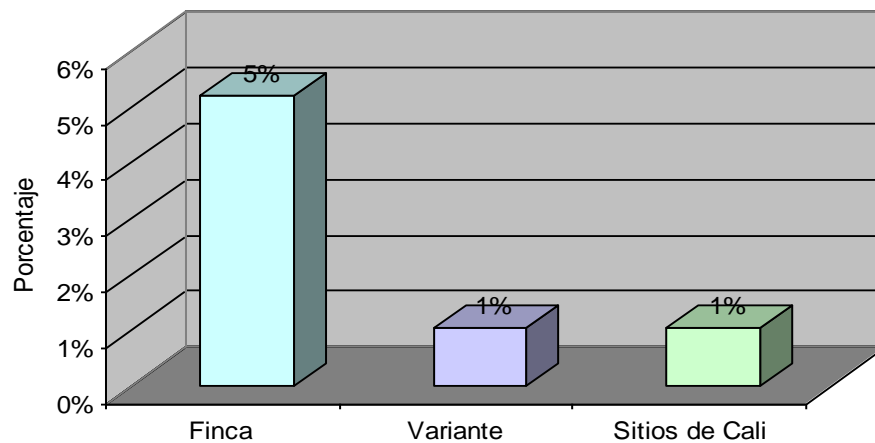


Fuente: Propia de la investigación.

- **Pregunta N° 4b. ¿Qué alternativas diferentes a los centros recreativos de la ciudad utiliza?**

Esta pregunta no aplica para el 93% de la población porque sólo el 7 % de ella utiliza otras alternativas diferentes a los centros recreativos de la ciudad.

**Figura 2.30: Pregunta N° 4b**



Fuente: Propia de la investigación

El 63% de la población acostumbra a salir algunos fines de semana de paseo a centros recreativos de la ciudad, mientras que el 37% prefiere no hacerlo por los siguientes motivos:

- El 15% por falta de buenos centros recreativos en la ciudad
- El 10% prefiere descansar en casa
- El 7% porque utiliza otras alternativas diferentes a los centros recreativos
- El 2% por falta de tiempo para recrearse
- El 2% por falta de recursos económicos
- El 1% por limitaciones físicas.

De lo anterior se puede concluir que el 15% de las personas que no salen a centros recreativos (10% prefiere descansar en casa, 2% por falta de tiempo para

recrearse, 2% por falta de recursos económicos y 1% por limitaciones físicas) dejan de ser posibles para el Parque Divertura puesto que ir a un centro recreativo no está dentro de sus opciones de descanso.

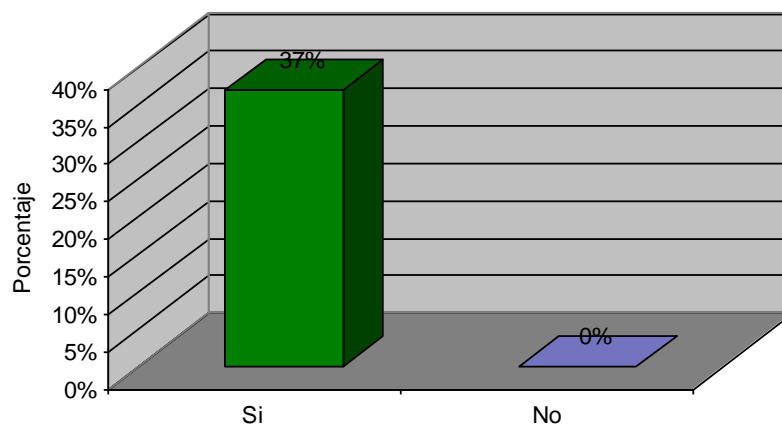
Quienes no van a centros recreativos de la ciudad (7%) porque prefieren utilizar otras alternativas, van a fincas privadas el 5%, a la variante el 1% y a centros recreativos de Cali el 1%.

Este 7% podría considerarse como clientes potenciales al igual que el 15% de la población que afirma que faltan buenos centros recreativos en la ciudad, lo que ratifica la necesidad de crear un sitio como el Parque Divertura, ya que éste buscará ser atractivo para los clientes con el fin de ellos lo consideren como una buena alternativa de diversión y cultura.

- **Pregunta N° 5. ¿Acostumbra a llevar a sus hijos de paseo con usted?**

Esta pregunta no aplica para el 63% de la población, ya que el 37% de ésta no acostumbra a salir algunos fines de semana de paseo a centros recreativos de la ciudad de Popayán y el 26% restante sale de paseo, pero no tiene hijos menores de 12 años.

**Figura 2.31: Pregunta N° 5**



Fuente: Propia de la investigación.



El total de la población que tiene hijos menores de 12 años y que asiste a centros recreativos de la ciudad de Popayán, acostumbra a llevar a sus hijos con ellos.

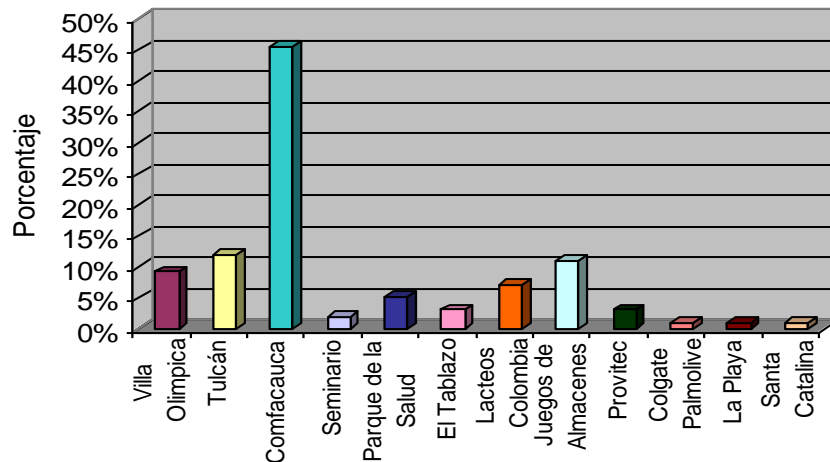
Aquí se puede analizar que es necesario realizar actividades donde se busque la integración familiar, además de actividades para los niños con el fin de que sus padres puedan acceder a otros servicios con tranquilidad, mientras sus hijos se divierten.

De acuerdo a los resultados obtenidos en la pregunta 3, se puede concluir que el Parque Divertura debe centrar su atención principalmente en los servicios que ofrecerá a los niños entre 4 y 8 años al igual que en los servicios para los niños que estén entre 8 y 12 años, ya que sus padres salen con ellos cuando van de paseo.

- **Pregunta N° 6. ¿Qué Centros recreativos de la Ciudad le gusta visitar?**

Esta pregunta no aplica para el 37% de la población, ya que ésta no acostumbra a salir algunos fines de semana de paseo a centros recreativos de la ciudad de Popayán.

**Figura 2.32: Pregunta N° 6**



Fuente: Propia de la investigación.

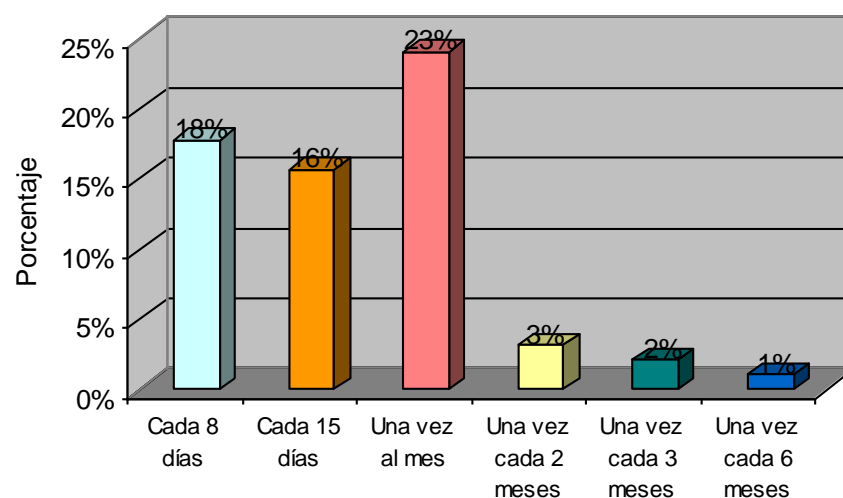
El centro recreativo que más visita la población es el Centro Recreativo Pisojé de Comfacauca con un 45%, seguido de el Centro Deportivo Universitario Tulcán 12%, los juegos del éxito 11%, la Villa Olímpica de Comfacauca 9%, El Parque de la Salud 5%, El Tablazo 3%, Provitec 3%, Seminario 2%, Colgate Palmolive, Santa Catalina y La Playa con 1% cada uno.

Se puede resaltar que la población tiene una fuerte inclinación hacia los servicios que ofrecerá en su Zona Recreativa el Parque Divertura, es por esto que la clase de servicios que ofrecerá esta zona deben ser innovadores para así atraer la atención de los clientes, haciendo que prefieran este Parque y cambien sus actuales opciones de recreación.

- **Pregunta N° 7. ¿Con que frecuencia visita estos Centros Recreativos?**

Esta pregunta no aplica para el 37% de la población, ya que ésta no acostumbra a salir algunos fines de semana de paseo a centros recreativos de la ciudad de Popayán.

**Figura 2.33: Pregunta N° 7**



Fuente: Propia de la investigación.

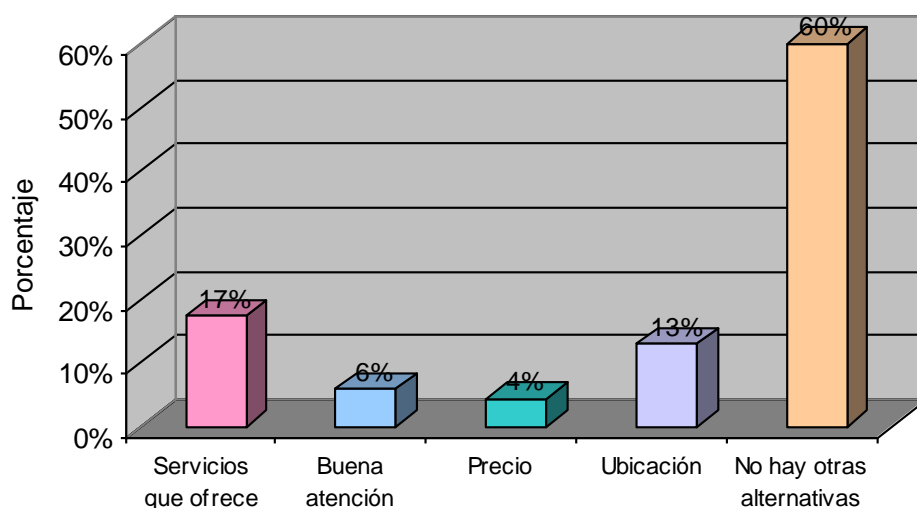
El 23% de la población que visita centros recreativos los frecuenta una vez al mes, el 18% cada 8 días, el 16% cada 15 días, el 3% cada 2 meses, el 2% cada 3 meses y el 1% cada seis meses.

Esta información sirve para conocer cada cuanto se deben realizar actividades innovadoras en el Parque Divertura, indicándose que debe ser cada mes que es la mayor frecuencia con la que las personas salen a un centro recreativo, por lo tanto el Parque Divertura deberá ofrecer a sus clientes mensualmente actividades que les hagan vivir una nueva aventura, lo anterior con el fin de cumplir con la política de mejoramiento continuo establecida.

- **Pregunta N° 8. ¿Que lo motiva a usted a visitar estos Centros recreativos?**

Esta pregunta no aplica para el 37% de la población, ya que ésta no acostumbra a salir algunos fines de semana de paseo a centros recreativos de la ciudad de Popayán.

**Figura 2.34: Pregunta N° 8**



Fuente: Propia de la investigación.

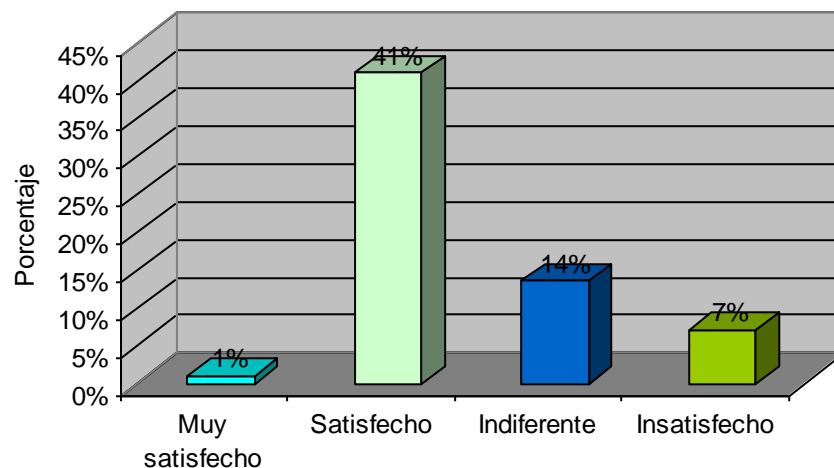
El 60% de la población afirma que visita estos centros recreativos porque no hay otras alternativas en la ciudad de Popayán, el 17% los visita por los servicios que ofrecen, el 13% va a estos sitios, por la ubicación de los mismos, 6% por la buena atención y el 4% por el precio.

Con lo anterior se puede afirmar que gran parte de la población asiste a estos centros recreativos porque no tienen más opciones, presentándose esto como una oportunidad para el Parque Divertura, ya que éste ofrece diferentes alternativas de diversión e innovación en sus servicios, lo que ayudará a atraer a los clientes e incentivar el uso de los servicios ofrecidos por el Parque.

- **Pregunta N° 9. ¿Cuál es su grado de satisfacción respecto a los servicios que le ofrecen los Centros recreativos que usted visita cuando sale de paseo?**

Esta pregunta no aplica para el 37% de la población, ya que ésta no acostumbra a salir algunos fines de semana de paseo a centros recreativos de la ciudad de Popayán.

**Figura 2.35: Pregunta N° 9**



Fuente: Propia de la investigación.

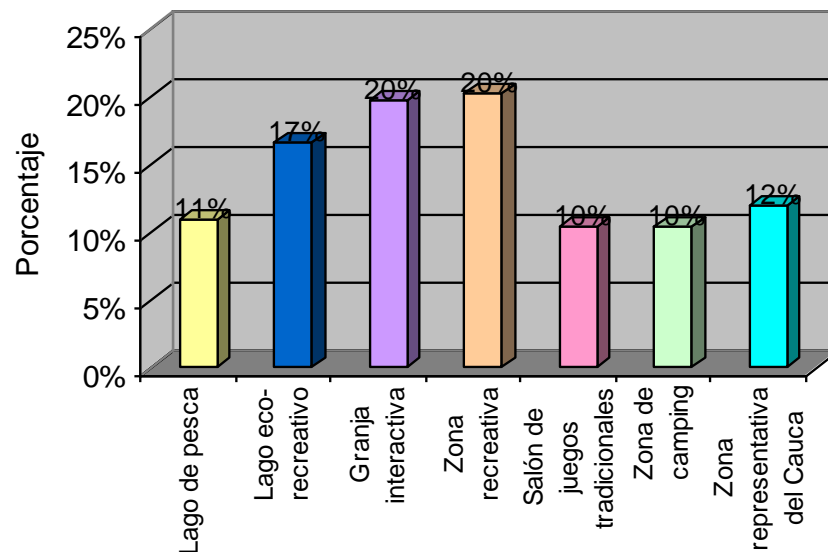
El 41% de la población se encuentra satisfecha con los servicios que ofrecen los centros recreativos que han visitado, al 14% le es indiferente, el 7% se encuentra insatisfecho, mientras que sólo el 1% esta muy satisfecho.

Durante el trabajo de campo se pudo observar que las personas dicen satisfecho porque no hay más alternativas, por eso se conforman con lo poco que hay, pues según los resultados de la pregunta 8 la gran mayoría de las personas (60%) asisten a esos sitios porque no tienen más opciones a donde ir a recrearse.

- **Pregunta N° 10. ¿Qué considera usted que debe tener un centro recreativo para que el servicio sea el ideal?**

Esta pregunta no aplica para el 37% de la población, ya que ésta no acostumbra a salir algunos fines de semana de paseo a centros recreativos de la ciudad de Popayán.

**Figura 2.36: Pregunta N° 10**



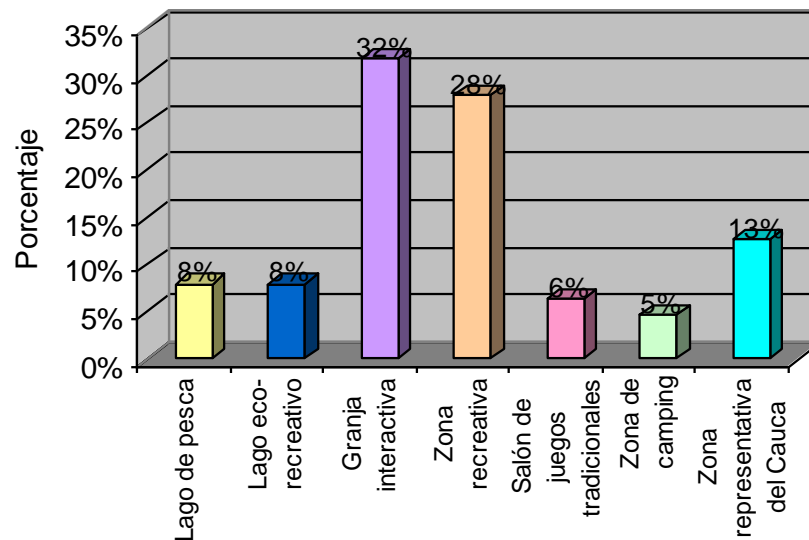
Fuente: Propia de la investigación.

El 20% de la población manifiesta que un centro recreativo debe tener granja interactiva para que el servicio sea el ideal, otro 20% piensa igual, mientras el 17% considera que debe tener un lago eco-recreativo, el 11%, 12%, y 10% cada uno expresan que debe tener Lago de pesca, Zona C, Salón de Juegos tradicionales y Zona de camping respectivamente.

- **Pregunta Nº 10a. ¿Cuál es su orden de preferencia de los servicios escogidos anteriormente?**

Esta pregunta no aplica para el 37% de la población, ya que ésta no acostumbra a salir algunos fines de semana de paseo a centros recreativos de la ciudad de Popayán.

**Figura 2.37: Pregunta Nº 10a**



Fuente: Propia de la investigación.

De las personas que visitan los centros recreativos al 20% le gustaría que un lugar como estos tuviera la granja interactiva, otro 20% desea la zona recreativa, el 17% el lago eco-recreativo, un 12% la zona representativa del Cauca, un 11% el lago

de pesca y con un 10% cada uno el salón de juegos tradicionales y la zona de camping.

Según el orden de preferencia de estas personas los servicios quedan clasificados de la siguiente manera: la granja interactiva 32%, zona recreativa 28%, zona representativa del Cauca 13%, lago de pesca 8%, lago eco-recreativo 8%, salón de juegos tradicionales 6% y zona de camping 5%

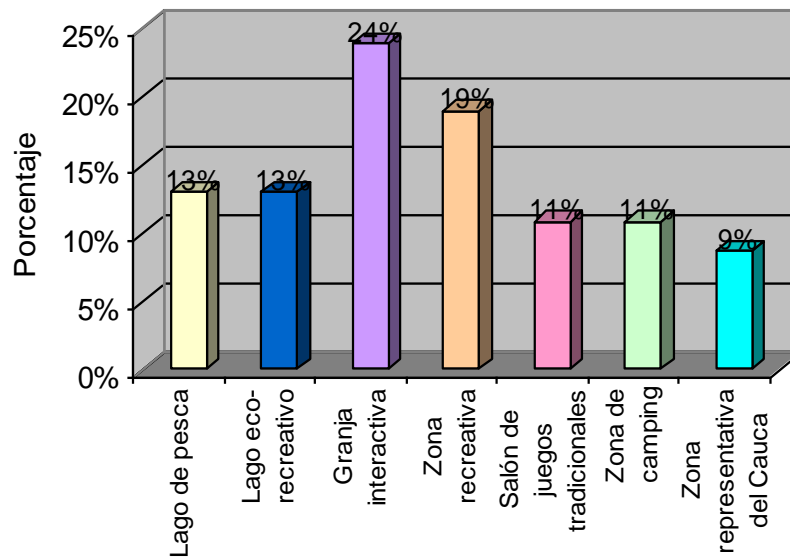
De acuerdo a lo anterior es importante tener en cuenta que la Granja Interactiva tendría una gran acogida por la población, por ser un servicio innovador, pues actualmente en la ciudad no existe un sitio como este; además es el servicio de mayor preferencia según la población, lo que indica que el Parque Divertura debe centrar especial atención en él ya que servirá para atraer a los clientes y hacer que ellos conozcan el Parque.

Igualmente lo tradicional de los centros recreativos de la ciudad como lo son las piscinas, los juegos infantiles y las canchas ocupan un segundo lugar (28%) de preferencia, indicando que a estas personas les gustaría disfrutar de estos mismos servicios, para esto el Parque deberá realizar actividades innovadoras que lo diferencien de la competencia y hagan que los clientes lo prefieran.

- **Pregunta N° 11. ¿Que considera usted que debe tener un Centro recreativo para considerarlo como una buena alternativa?**

Esta pregunta no aplica para el 85% de la población, pues el 63% de ella si acostumbra a salir algunos fines de semana de paseo a centros recreativos de la ciudad de Popayán y el 22% restante no visita los centros recreativos de la ciudad (El 10% prefiere descansar en casa, el 7% utiliza otras alternativas diferentes a los centros recreativos, el 2% por falta de tiempo para recrearse, el 2% por falta de recursos económicos y el 1% por limitaciones físicas).

**Figura 2.38: Pregunta N° 11**



Fuente: Propia de la investigación.

Del 15% de la población que respondió esta pregunta, el 24% manifiesta que para considerar un centro recreativo como buena alternativa debe tener granja interactiva, el 19% zona recreativa, el 13% Lago de pesca y lago eco-recreativo cada uno, el 11% Salón de Juegos tradicionales y zona de camping cada uno y el 9% zona representativa del Cauca.

Estos resultados ratifican el análisis de la pregunta N° 10a pues una vez más la granja interactiva es uno de los servicios más preferidos.

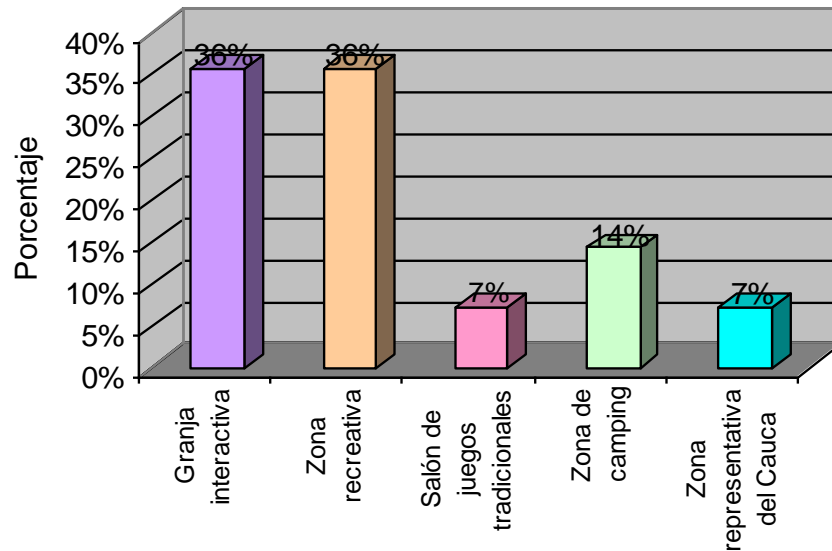
- **Pregunta N° 11a. ¿Cuál es su orden de preferencia de los servicios escogidos anteriormente?**

Esta pregunta no aplica para el 85% de la población, pues el 63% de ella si acostumbra a salir algunos fines de semana de paseo a centros recreativos de la ciudad de Popayán y el 22% restante no visita los centros recreativos de la ciudad (El 10% prefiere descansar en casa, el 7% utiliza otras alternativas diferentes a los



centros recreativos, el 2% por falta de tiempo para recrearse, el 2% por falta de recursos económicos y el 1% por limitaciones físicas).

**Figura 2.39: Pregunta N° 11a**



Fuente: Propia de la investigación.

Las personas que no visitan los centros recreativos de la ciudad porque afirman que faltan buenos sitios, consideran que un centro recreativo debería tener los siguientes servicios: granja interactiva 24%, zona recreativa 19%, lago de pesca y lago eco-recreativa 13% cada uno, salón de juegos tradicionales y zona de camping 11% cada uno y zona representativa del Cauca 9%

De acuerdo al orden de preferencia de estas personas los servicios quedan clasificados de la siguiente manera: granja interactiva y zona recreativa 36% cada una, zona de camping 14%, salón de juegos tradicionales y zona representativa del Cauca 7% cada una.

De lo anterior se puede notar que las respuestas de la personas que no visitan los centros recreativos de la ciudad porque afirman que faltan buenos sitios tienen la misma tendencia de los resultados de la pregunta No 11 donde la granja

interactiva y los servicios recreativos son los más preferidos por la población, razón por la cual hay que enfocar especial atención en ellos.

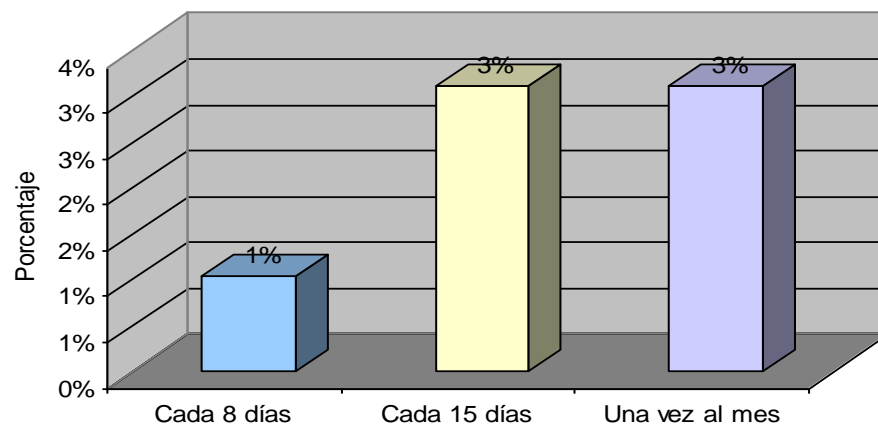
- **Pregunta N° 12. ¿Acostumbra a llevar a sus hijos de paseo con usted a disfrutar de estas alternativas?**

De las personas que no salen a centros recreativos porque utilizan otras alternativas, ninguno tiene hijos menores de 12 años, lo que indica que estas personas tendrán un mayor interés por los servicios ofrecidos para la población adulta.

- **Pregunta N° 13. ¿Con qué frecuencia visita estos sitios?**

Esta pregunta no aplica para el 93% de la población porque sólo el 7% de ella utiliza otras alternativas diferentes a los centros de recreación.

**Figura 2.40: Pregunta N° 13**



Fuente: Propia de la investigación.

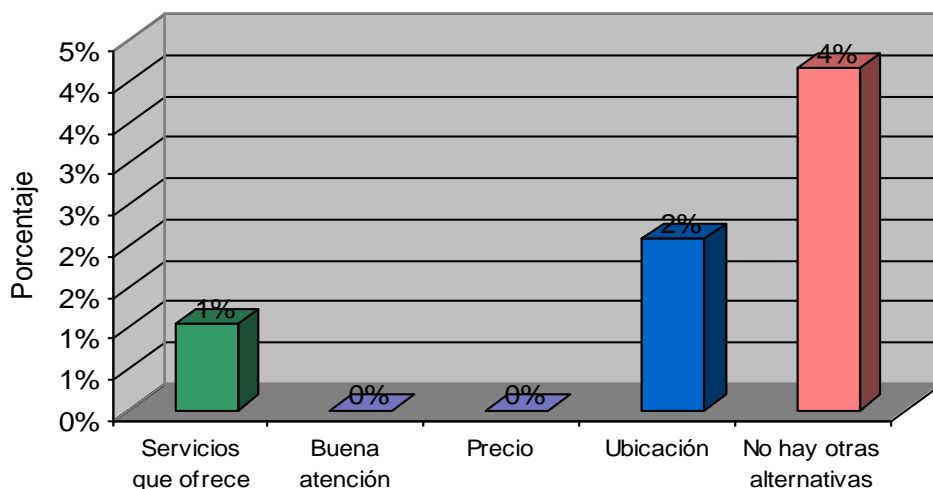
De las personas que no salen a centros recreativos porque utilizan otras alternativas el 3% usa estas alternativas cada 15 días, otro 3% las utiliza una vez al mes, mientras que sólo el 1% lo hace cada 8 días, lo que indica que al igual

que en los resultados de la pregunta No 7, la frecuencia con la que se deben realizar actividades innovadoras donde los clientes vivan una nueva aventura debe ser cada mes, ya que si el Parque Divertura le ofrece lo que él considera que debe tener un centro recreativo, posiblemente iría con esta frecuencia.

- **Pregunta N° 14. ¿Que lo motiva a usted a visitar estos sitios de recreación?**

Esta pregunta no aplica para el 93% de la población porque sólo el 7% de ella utiliza otras alternativas diferentes a los centros de recreación.

**Figura 2.41: Pregunta N° 14**



Fuente: Propia de la investigación.

De las personas que no salen a centros recreativos porque utilizan otras alternativas, el 4% lo hace porque no encuentra otras alternativas en la ciudad, el 2% por la ubicación y el 1% por los servicios que ofrecen.

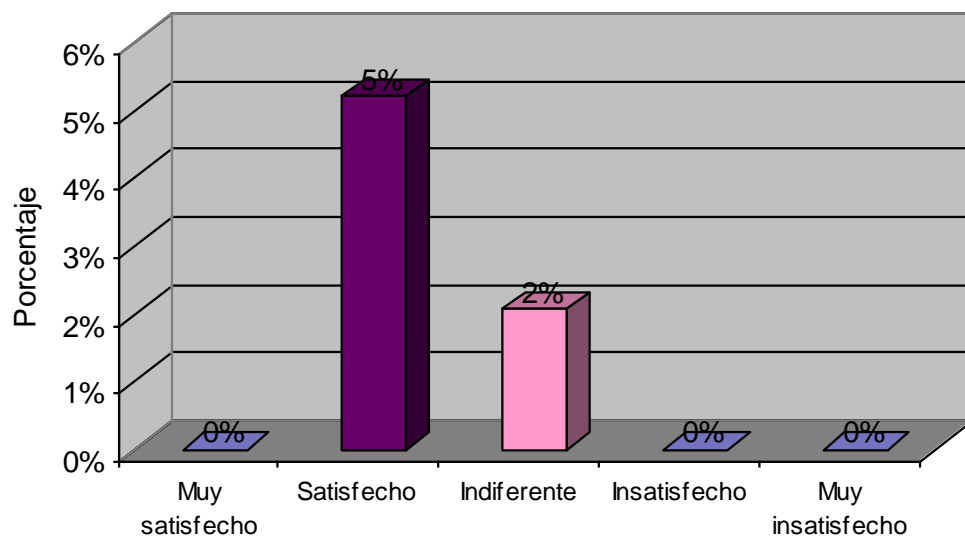
Con lo anterior se puede ratificar que gran parte de la población asiste a estos centros recreativos porque no tiene más adonde ir, presentándose esto como una oportunidad para el Parque Divertura, ya que éste ofrece diferentes alternativas de

diversión e innovación en sus servicios, lo que ayudará a atraer a los clientes e incentivar el uso de los servicios ofrecidos por el Parque.

- **Pregunta N° 15. ¿Cuál es su grado de satisfacción respecto a los servicios que le ofrecen los lugares que usted visita cuando sale de paseo?**

Esta pregunta no aplica para el 93% de la población porque sólo el 7% de ella utiliza otras alternativas diferentes a los centros de recreación.

**Figura 2.42: Pregunta N° 15**



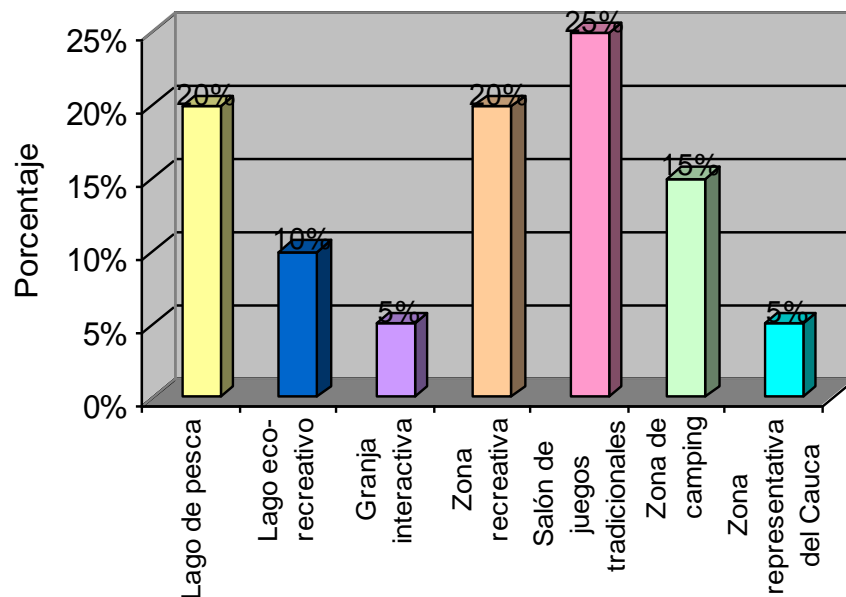
Fuente: Propia de la investigación.

De las personas que no salen a centros recreativos porque utilizan otras alternativas el 5% se encuentra satisfecho con los servicios que le ofrecen mientras que al 2% le es indiferente, es por esto que el Parque Divertura deberá ofrecer servicios innovadores que atraigan a los clientes y los hagan cambiar sus actuales alternativas de recreación.

- **Pregunta N° 16. ¿Que considera usted que debe tener un Centro recreativo para cambiar sus actuales alternativas?**

Esta pregunta no aplica para el 93% de la población porque sólo el 7% de ella utiliza otras alternativas diferentes a los centros de recreación.

**Figura 2.43: Pregunta N° 16**



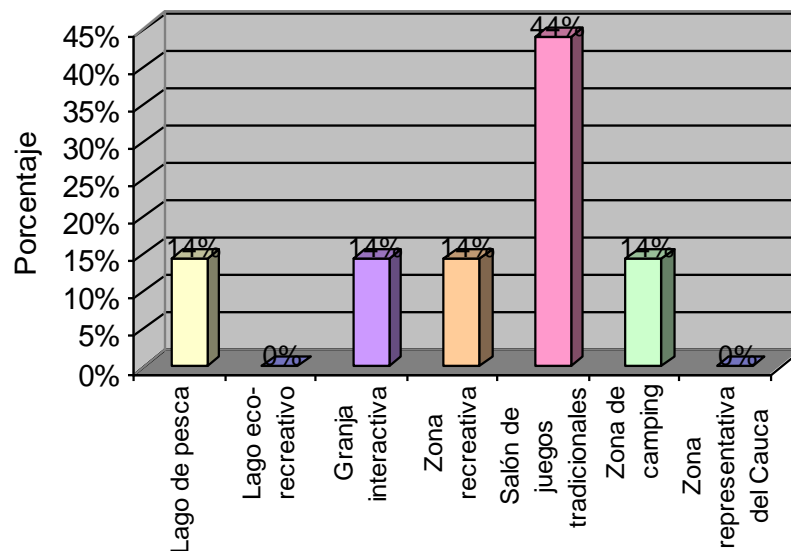
Fuente: Propia de la investigación.

Del porcentaje de población que respondió esta pregunta el 25% considera que para cambiar sus actuales alternativas, un centro de recreación debe tener un salón de juegos tradicionales, el 20% lago de pesca y zona recreativa cada uno, el 15% zona de camping, el 10% lago eco-recreativo y el 5% granja interactiva y zona representativa del cauca cada uno.

- **Pregunta N° 16a. ¿Cuál es su orden de preferencia de los servicios escogidos anteriormente?**

Esta pregunta no aplica para el 93% de la población porque sólo el 7% de ella utiliza otras alternativas diferentes a los centros de recreación.

**Figura 2.44: Pregunta N° 16a**



Fuente: Propia de la investigación.

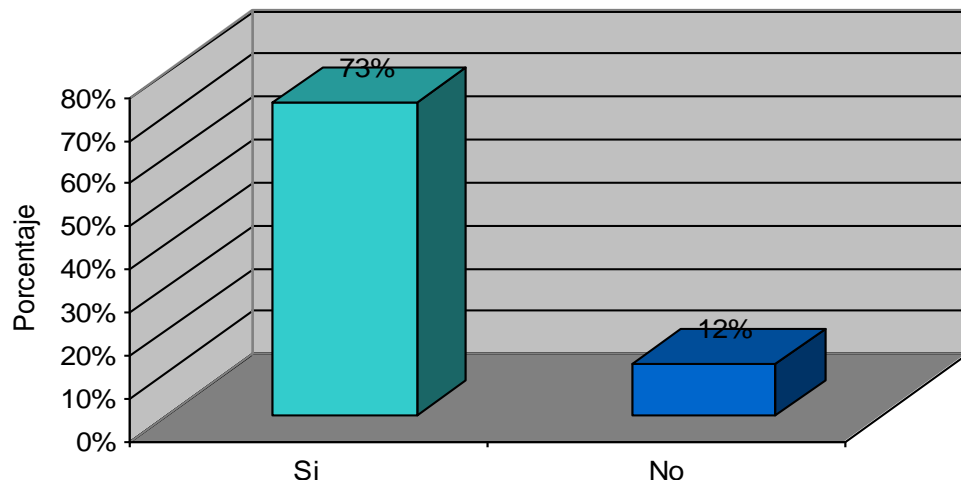
De acuerdo al orden de preferencia de estas personas los servicios quedan clasificados de la siguiente manera: salón de juegos tradicionales 44%, zona de camping, lago de pesca, zona recreativa y granja interactiva 14% cada uno.

Teniendo en cuenta lo anterior se puede resaltar que a esta parte de la población le gustaría un centro recreativo que tenga un salón de juegos tradicionales, servicio de mayor preferencia, al igual que la zona recreativa que sigue siendo importante como se expreso en las preguntas 10 y 11, aunque se debe destacar que esta pregunta solamente la contestó el 7% de la población lo que no es muy representativo, por lo tanto no genera un peso suficiente para considerarlo como punto importante en la elección de los servicios a ofrecer en el Parque Divertura.

- **Pregunta N° 17. ¿Le gustaría visitar un sitio donde pueda encontrar aspectos distintivos del Departamento del Cauca (representaciones de los principales sitios turísticos del Cauca, comidas típicas, cultura, personajes destacados, fauna y flora y grupos étnicos) sin necesidad de desplazarse a ellos?**

Esta pregunta no aplica para el 15% de la población porque el 10% prefiere descansar en casa, el 2% por falta de tiempo para recrearse, el 2% por falta de recursos económicos y el 1% por limitaciones físicas, los cuales dejan de ser clientes potenciales para el Parque Divertura.

**Figura 2.45: Pregunta N° 17**



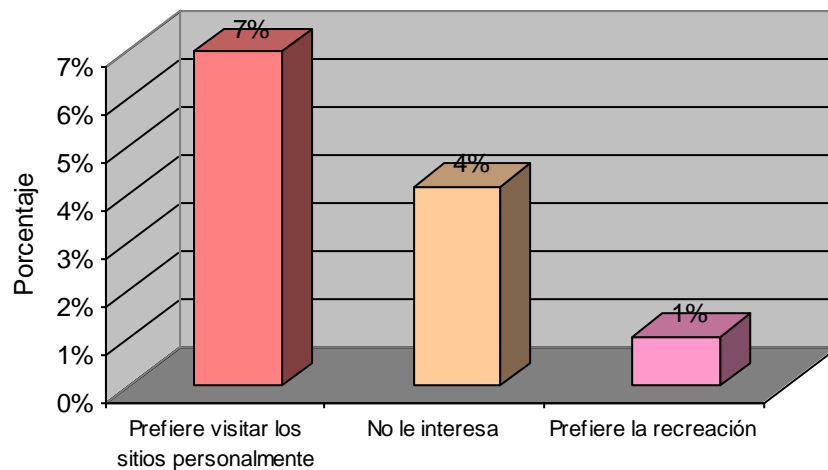
Fuente: Propia de la Investigación

Del 85% de la población que respondió a esta pregunta, al 73 % le gustaría visitar un sitio donde pueda encontrar aspectos distintivos del Departamento del Cauca mientras que al 12% no le gustaría ir.

- **Pregunta N° 17a. ¿Por qué no le gustaría visitar un sitio donde pueda encontrar aspectos distintivos del Departamento del Cauca (representaciones de los principales sitios turísticos del Cauca, comidas típicas, cultura, personajes destacados, fauna y flora y grupos étnicos) sin necesidad de desplazarse a ellos?**

Esta pregunta no aplica para el 88% de la población, ya que al 73% de esta si le gustaría visitar un sitio donde pueda encontrar aspectos distintivos del Departamento del Cauca sin necesidad de desplazarse a ellos y el 15% restante no son clientes potenciales para el Parque Divertura (el 10% prefiere descansar en casa, el 2% por falta de tiempo para recrearse, el 2% por falta de recursos económicos y el 1% por limitaciones físicas).

**Figura 2.46: Pregunta N° 17a**



Fuente: Propia de la investigación.

El 73% de la población expresa que sí le gustaría visitar un sitio donde pueda encontrar aspectos distintivos del Departamento del Cauca, sin necesidad de desplazarse a ellos, el 12% no lo visitaría por las siguientes razones: El 7% le gustaría visitar personalmente los sitios, a el 4% no le interesa y al 1% le gustaría más la recreación.



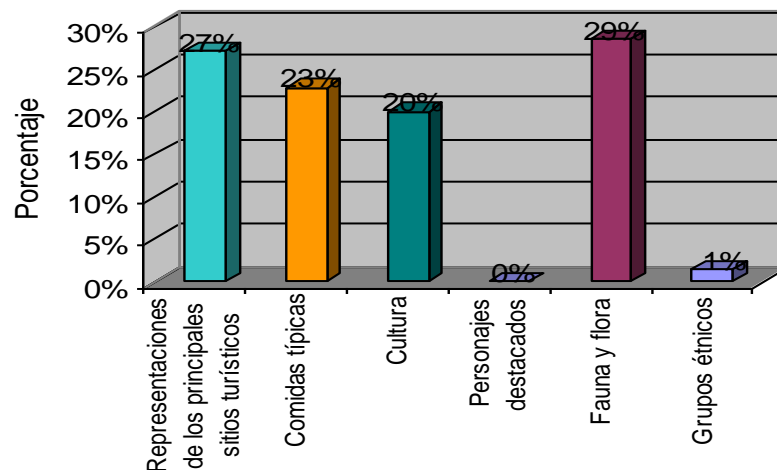
Esto indica que la zona representativa del Departamento del Cauca tendría gran acogida por la población, pues a esta le gustaría conocer al Cauca en un solo sitio, razón por la cual se le debe prestar atención a este servicio para satisfacer los requerimientos de los clientes en cuanto a lo que le gustaría encontrar en ese lugar.

Es por esto que se ve la necesidad de realizar un estudio más profundo sobre lo que se puede mostrar en la zona C, dicho estudio será realizado en la fase de inversión, estudios detallados.

- **Pregunta N° 18. Ordene los aspectos del Cauca de 1 a 6 de acuerdo a su preferencia.**

Esta pregunta no aplica para el 27% de la población puesto que el 12% de ella no visitaría un sitio donde pueda encontrar aspectos distintivos del Departamento del Cauca sin necesidad de desplazarse a ellos y el 15% restante no son clientes potenciales para el Parque Divertura (el 10% prefiere descansar en casa, el 2% por falta de tiempo para recrearse, el 2% por falta de recursos económicos y el 1% por limitaciones físicas).

**Figura 2.47: Pregunta N° 18**



Fuente: Propia de la investigación.

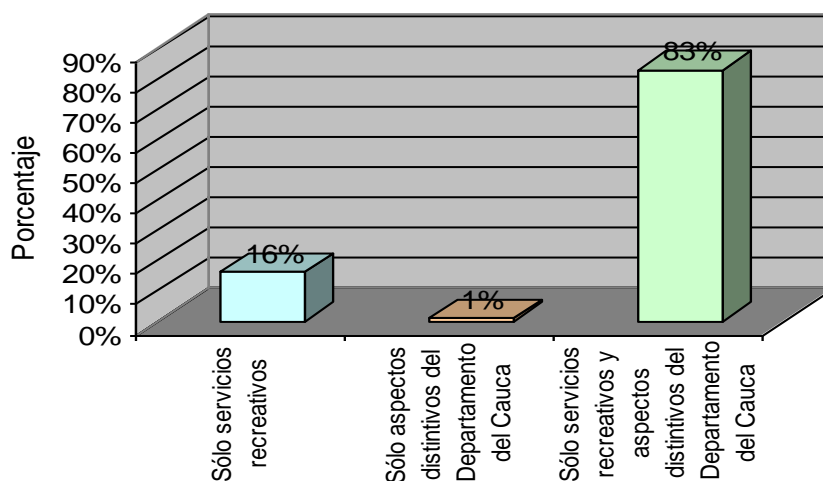
Dentro de los aspectos referidos al Departamento del Cauca, al 29% le gustaría encontrar lo relacionado con la fauna y flora, el 27% prefiere encontrar representaciones de los principales sitios turísticos del Cauca, el 23% comidas típicas, el 20% cultura y el 1% grupos étnicos.

Estos resultados son importantes puesto que de acuerdo a ellos se establecerá lo que tendrá la zona representativa del Cauca, la cual para que sea visitada por los clientes deberá tener representados aspectos como la flora y fauna y principales sitios turísticos del Departamento del Cauca, ya que estos son los más preferidos por la población. Como se mencionó anteriormente la representación física y la elección de estos aspectos se determinará en la fase de inversión, en estudios detallados.

- **Pregunta N° 19. Ordene según su preferencia lo que más le gustaría encontrar en un lugar.**

Esta pregunta no aplica para el 15% de la población que no son clientes potenciales para el Parque Divertura (el 10% prefiere descansar en casa, el 2% por falta de tiempo para recrearse, el 2% por falta de recursos económicos y el 1% por limitaciones físicas).

**Figura 2.48: Pregunta N° 19**



Fuente: Propia de la investigación.

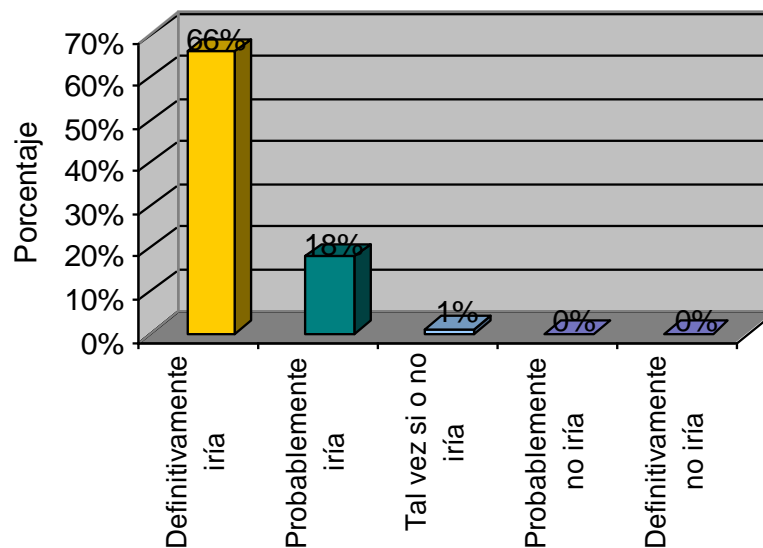
Al 89% de la población le gustaría encontrar en un sólo sitio servicios recreativos y aspectos distintivos del Departamento del Cauca, al 16% sólo servicios recreativos y al 1% solo aspectos distintivos del Departamento del Cauca.

Esta pregunta ayuda a afirmar que Divertura debe complementar lo recreativo con lo cultural para así lograr la satisfacción de los clientes. Igualmente da a conocer que el Parque sólo con aspectos distintivos del Cauca no sería muy atractivo para la población.

- **Pregunta N° 20. Si existiera en la ciudad de Popayán un sitio que le ofrezca además de los servicios recreativos , un espacio para conocer los atractivos turísticos y culturales del Departamento del Cauca usted:**

Esta pregunta no aplica para el 15% de la población que no son posibles clientes potenciales para el Parque Divertura (el 10% prefiere descansar en casa, el 2% por falta de tiempo para recrearse, el 2% por falta de recursos económicos y el 1% por limitaciones físicas).

**Figura 2.49: Pregunta N° 20**



Fuente: Propia de la investigación

El 66% de la población afirma que si existiera en la ciudad de Popayán, un sitio que le ofrezca además de los servicios recreativos, un espacio para conocer los atractivos turísticos y culturales del Departamento del Cauca, definitivamente irían, el 18% probablemente iría y el 1% tal vez si o no iría. Esto reafirma que la creación de un Parque con estas características es una buena alternativa. Además esta información es de vital importancia para realizar la proyección de la demanda.

- **Pregunta N° 21. Si en Popayán se estableciera un centro recreativo como el que se mostró en el plano ¿Qué recomendaciones daría usted para lograr su satisfacción como cliente?**

Esta pregunta no aplica para el 15% de la población que no son clientes potenciales para el Parque Divertura (el 10% prefiere descansar en casa, el 2% por falta de tiempo para recrearse, el 2% por falta de recursos económicos y el 1% por limitaciones físicas).

De las recomendaciones dadas por la población para lograr su satisfacción como clientes en el Parque Divertura se hará énfasis en las 2 más representativas como lo son excelente atención al cliente (31%) y precios accesibles (10%), esta última se tendrá en cuenta a la hora de definir el precio de acceder a los servicios ofrecidos por el Parque.

Recomendaciones como seguridad (7%), personal capacitado (3%), adecuada limpieza (2%), contar con guías (2%), servicio de restaurante (2%), que sea novedoso (1%) y que tenga zonas verdes (1%) ya se han tenido en cuenta para la creación del Parque Divertura, es decir, están inmersos en él.

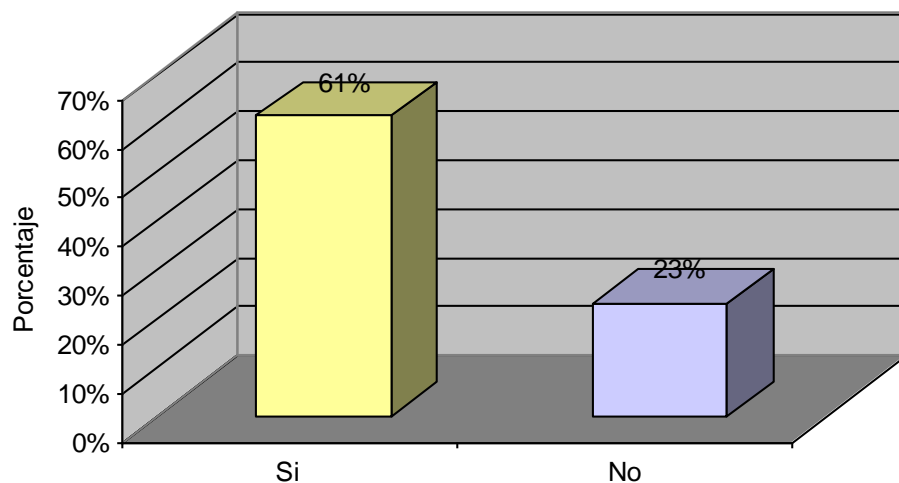
Finalmente recomendaciones como Piscina con olas (1%), pista de cars (1%), guardería para niños (1%), juegos mecánicos (1%), deportes extremos (1%), toboganes (1%) y guardería para mascotas (1%) servirán para definir servicios futuros que podría ofrecer el Parque Divertura. Estos servicios no se tendrán en

cuenta para este estudio porque además de ser servicios que requieren gran inversión, el porcentaje de la población que los sugirió es muy bajo.

- **Pregunta N° 22. ¿Ha asistido en los últimos años a centros recreativos del resto del país como Panaca, Parque del Café, Piscilago, Yakú, entre otros?**

Esta pregunta no aplica para el 15% de la población que no son clientes potenciales para el Parque Divertura (el 10% prefiere descansar en casa, el 2% por falta de tiempo para recrearse, el 2% por falta de recursos económicos y el 1% por limitaciones físicas).

**Figura 2.50: Pregunta N° 22**



Fuente: Propia de la investigación.

El 61% de la población ha asistido en los últimos años a centros recreativos del resto del país como Panaca, Parque del Café, Yakú, entre otros, mientras el 23% no ha asistido, lo que refleja el interés de gran parte de la población por disfrutar de servicios diferentes a los tradicionalmente ofrecidos en la ciudad.

- **Pregunta Nº 23. Con la experiencia que usted tuvo en estos centros recreativos ¿Qué aportes significativos podría darle al Parque mencionado anteriormente?**

Esta pregunta no aplica para el 39% de la población porque el 23% de esta no ha asistido en los últimos años a centros recreativos del resto del país y el 15% restante que no son clientes potenciales para el Parque Divertura (el 10% prefiere descansar en casa, el 2% por falta de tiempo para recrearse, el 2% por falta de recursos económicos y el 1% por limitaciones físicas).

Con la experiencia de la población que ha asistido a centros recreativos diferentes de los de la ciudad se obtuvieron aportes significativos como excelente atención al cliente (26%) y buena organización (12%), pues estos 2 aspectos fueron los que más llamaron la atención de la población, razón por la cual es importante tenerlos en cuenta.

Recomendaciones como seguridad (1%), personal capacitado (6%), adecuada limpieza (2%), contar con guías (6%), clara señalización dentro del Parque(2%), que todos los servicios se comuniquen (1%), y tener salvavidas ya se han tenido en cuenta para la creación del Parque Divertura.

Finalmente recomendaciones como chivas turísticas (3%), tener termales (1%), juegos mecánicos (2%), grupos musicales (2%) y zooterapia (1%) servirán para definir servicios futuros que podría ofrecer el Parque Divertura. Estos servicios no se tienen en cuenta ahora porque además de ser servicios que requieren gran inversión, el porcentaje de la población que los sugirió es bajo.

#### **4.5 CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS**

Después de realizar el trabajo de campo, se concluyó que el Parque tendrá gran acogida, es decir, la demanda es elevada, puesto que no existe en la ciudad un sitio que ofrezca servicios recreativos innovadores y que a la vez cumplan con los requerimientos de los clientes; para que Divertura tenga un alto porcentaje de aceptación debe estar sujeto a algunas modificaciones o recomendaciones dadas por los posibles clientes, a continuación se dan a conocer los principales puntos que se encontraron después de realizar dicha investigación.

- Es necesario realizar actividades donde se busque la integración familiar, ya que el total de la población que tiene hijos menores de 12 años y que asisten a centros recreativos de la ciudad, acostumbra a llevarlos cuando sale de paseo.
- El Parque debe prestar especial atención a los servicios dirigidos hacia los niños que tienen entre 4 y 8 años de edad, debido a que la mayoría de la población que tiene hijos menores de 12 años indica que la edad de sus hijos está en ese rango (4 – 8 años).
- El centro recreativo más visitado por la población es el Centro Recreativo Comfacauca, lo que indica que la población muestra cierta inclinación por los servicios que ofrecerá el Parque Divertura en su zona recreativa.
- La frecuencia con la que la población visita los sitios de recreación es una vez al mes, por lo tanto el Parque deberá ofrecer a sus clientes mensualmente actividades que les hagan vivir una nueva aventura.
- El Parque Divertura es una excelente opción para que la población cambie sus actuales sitios de recreación, pues ellos asisten a estos porque no hay otras alternativas en la ciudad de Popayán.

- Los servicios que presentan mayor acogida por la población son la granja interactiva y la zona recreativa, razón por la que el Parque deberá prestar especial atención en ellos, ya que la granja interactiva es un servicio innovador que puede atraer a muchos clientes para que conozcan el Parque y la zona recreativa deberá ofrecer actividades que la diferencien de la competencia y haga que los clientes lo prefieran.
- Los servicios del salón de juegos tradicionales no se prestará, debido a que no tiene gran acogida por los clientes potenciales del Parque.
- El Parque debe complementar la parte recreativa con la cultural.
- Es necesario complementar el estudio de la Zona Representativa del Cauca para así cumplir con el objetivo de Divertura en cuanto a ser enlace entre la ciudad y el Departamento, dando a conocer los aspectos más representativos del Cauca.



## 5. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Para el cálculo de la proyección de la demanda se tendrá en cuenta lo siguiente:

- Población total y urbana de Popayán.
- Proporción de la población que le corresponde a los estratos 3, 4 y 5 de la ciudad de Popayán.
- Proporción que le corresponde a niños, jóvenes y adultos de los estratos 3, 4 y 5 de la ciudad de Popayán.

A continuación se describe y analiza la anterior información para realizar la respectiva proyección:

De acuerdo con las proyecciones presentadas por el DANE para el año 2005<sup>46</sup>, Popayán contó con una población total de 239.087 personas, de las cuales 218.350 (91.3%) se encuentran localizadas en el área urbana y 20.737 (8.7%) en la zona rural.

El crecimiento porcentual anual de Popayán desde 1938 ha presentado un comportamiento similar al del Departamento del Cauca y la Nación, caracterizado por la disminución de la tasa de crecimiento, excepto en 1983 año en el que el terremoto que afectó la ciudad atrajo vastos grupos de emigrantes interesados en las expectativas de empleo y vivienda, lo cual generó un significativo incremento en el número de habitantes especialmente de la zona urbana.

Actualmente, la clasificación por grupos etéreos está compuesta por: Menores de 3 el 6%; entre 3-5 años el 7%; de 6-11 años el 14%; de 12 -18 años el 17%; entre 19-65 el 52% y con más de 66 años el 4%. Lo anterior significa que la población es eminentemente joven, situación que se convierte en una potencialidad en materia de

---

<sup>46</sup> Anuario Estadístico Cauca. DANE

fuerza laboral y en un gran reto para atender sus demandas especialmente en materia de educación y empleo<sup>47</sup>.

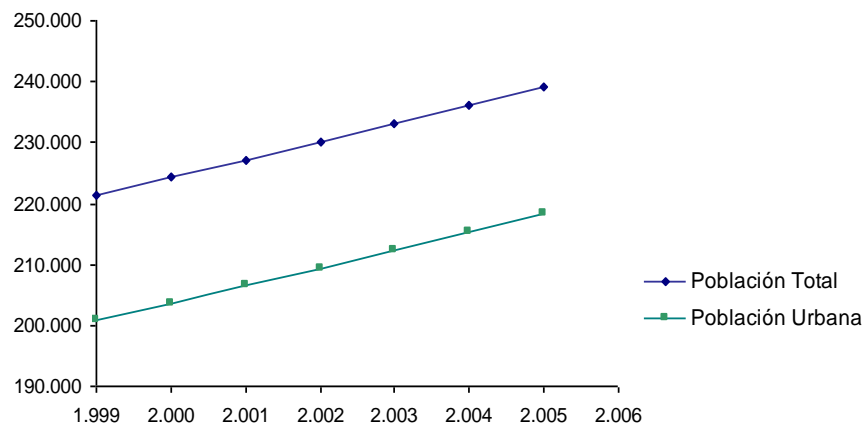
Entre los años 1.999 y 2.005 se contó con la siguiente población<sup>48</sup>:

**Tabla 2.2: Población en Popayán de 1.999 a 2.005**

Año	Población Total	Población Urbana
1.999	221.413	200.719
2.000	224.292	203.580
2.001	227.200	206.474
2.002	230.137	209.402
2.003	233.100	212.359
2.004	236.090	215.348
2.005	239.087	218.350

Fuente: DANE

**Figura 2.51: Población en Popayán de 1.999 a 2.005**



Fuente: Tabla 2.2

<sup>47</sup> [www.popayán.gov.co](http://www.popayán.gov.co) - Planeación Municipal  
[www.dane.gov.co](http://www.dane.gov.co)

<sup>48</sup> Anuario Estadístico Cauca. DANE

De acuerdo a la anterior gráfica (prácticamente líneas rectas) se utilizará la técnica de pronósticos “regresión lineal” para la proyección de la población en los años siguientes (2.008 a 2.017)<sup>49</sup>.

- **Regresión lineal**

El objetivo primordial del análisis de regresión es estimar el valor de una variable aleatoria (la variable dependiente) dado que el valor de una variable asociada (la variable independiente) es conocido.

En la regresión lineal, una variable dependiente esta relacionada con una o más variables independientes por medio de una ecuación lineal, en este caso la variable dependiente que se desea pronosticar es la población de Popayán. Se supone que las variables independientes, como lo es el año, influyen en la variable dependiente y, por ende, son la “causa” de los resultados observados en el pasado.

La variable dependiente (y), es la variable que se desea explicar o predecir; también se le denomina regresando o variable de respuesta. A la variable independiente (X): también se le denomina variable explicativa o regresor.

En este caso, la variable dependiente es función de una sola variable independiente y, por lo tanto, la relación teórica es una línea recta:

$$Y = a + bX$$

Dónde                      Y: variable dependiente,  
                                    X: variable independiente

---

<sup>49</sup> La demanda se proyectará a 10 años, los cuales son los años de vida del Parque para efectos del proyecto. Esta proyección se hará a partir del 2.008, debido a que desde este año empieza la fase operacional de Divertura, pues en el año 2.006 se termina el estudio de viabilidad del mismo y en el 2.007 será la fase de inversión que durará aproximadamente 47 semanas (Estudio Técnico – Programa para la ejecución del proyecto).

a: intersección de la recta con el eje Y

b: pendiente de la recta

El objetivo del análisis de la regresión lineal consiste en encontrar los valores de **a** y **b** que minimicen la suma de las desviaciones al cuadrado de los puntos de la línea representada en la gráfica que corresponde a los datos reales.

Estos valores se pueden encontrar utilizando las siguientes expresiones:

$$b = \frac{\sum XY - n \bar{X} \bar{Y}}{\sum X^2 - n \bar{X}^2}$$

$$a = \bar{Y} - b \bar{X}$$

De acuerdo a la Tabla 2.2, se procede a determinar las ecuaciones que permitirán determinar (pronosticar) la población total y urbana para los años de vida del proyecto.

**Tabla 2.3: Población total,  $PT = a + b X$**

Año (X)	Población Total (Y)	XY	X <sup>2</sup>
1	221.413	221.413	1
2	224.292	448.584	4
3	227.200	681.600	9
4	230.137	920.548	16
5	233.100	1.165.500	25
6	236.090	1.416.540	36
7	239.087	1.673.609	49
Σ28	Σ1.611.319	Σ6.527.794	Σ140

Fuente: Propia de la investigación

$$b = \frac{\sum XY - n \bar{X} \bar{Y}}{\sum X^2 - n (\bar{X})^2} = \frac{6.527.794 - (7 * 4 * 230.188,42)}{140 - (7 * 16)} = 2.947,0857$$

$$a = \bar{Y} - b \bar{X} = 230.188,42 - (2.947,0857 * 4) = 218.400,08$$

$$b = 2.947,0857$$

$$a = 218.400,08$$

$$PT = 218.400,08 + 2.947,0857 X$$

**Tabla 2.4: Población urbana,  $PU = a + b X$**

Año (X)	Población Urbana (Y)	XY	X <sup>2</sup>
1	200.719	200.719	1
2	203.580	407.160	4
3	206.474	619.422	9
4	209.402	837.608	16
5	212.359	1.061.795	25
6	215.348	1.292.088	36
7	218.350	1.528.450	49
Σ28	Σ1.466.232	Σ5.947.242	Σ140

Fuente: Propia de la investigación

$$b = \frac{\sum XY - n \bar{X} \bar{Y}}{\sum X^2 - n (\bar{X})^2} = \frac{5.947.242 - (7 * 4 * 209.461,71)}{140 - (7 * 16)} = 2.939,7928$$

$$a = \bar{Y} - b \bar{X} = 209.461,71 - (2.939,7928 * 4) = 197.702,54$$

$$b = 2.939,7928$$

$$a = 197.702,54$$

$$PU = 197.702,54 + 2.939,7928 X$$

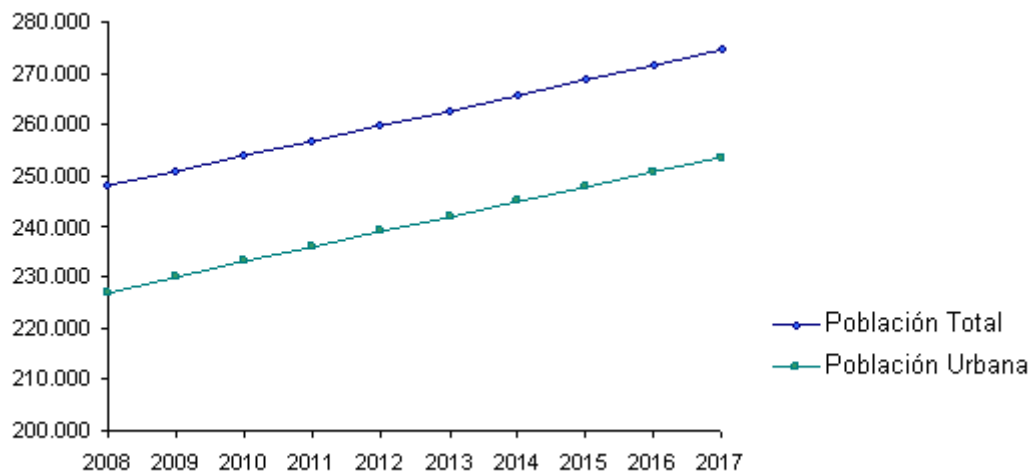
Con las dos (2) ecuaciones, se obtiene la proyección de la población para los siguientes años, esto se muestra en la Tabla 2.5

**Tabla 2.5: Población en Popayán de 2.006 a 2.017**

<b>Año</b>	<b>Población Total</b>	<b>Población Urbana</b>
2006	241.977	221.221
2007	244.924	224.161
2008	247.871	227.100
2009	250.818	230.040
2010	253.765	232.980
2011	256.712	235.920
2012	259.659	238.860
2013	262.606	241.799
2014	265.553	244.739
2015	268.501	247.679
2016	271.448	250.619
2017	274.395	253.559

Fuente: Propia de la investigación

**Figura 2.52: Población en Popayán de 2.008 a 2.017**



Fuente: Tabla 2.5

A continuación (tabla 2.6) se presenta la población objetivo del Parque Divertura, es decir el total de niños mayores de 3 años, jóvenes y adultos de los estratos 3, 4 y 5 de la ciudad de Popayán.

**Tabla 2.6: Población objetivo**

		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Población Total		247.871	250.818	253.765	256.712	259.659	262.606	265.553	268.501	271.448	274.395
Población Urbana		227.100	230.040	232.980	235.920	238.860	241.799	244.739	247.679	250.619	253.559
Población Estratos 3, 4 y 5	55% <sup>50</sup>	124.905	126.522	128.139	129.756	131.373	132.990	134.607	136.223	137.840	139.457
Niños de 3 - 5 años	7%	8.743	8.857	8.970	9.083	9.196	9.309	9.422	9.536	9.649	9.762
Niños de 6 - 11 años	14%	17.487	17.713	17.939	18.166	18.392	18.619	18.845	19.071	19.298	19.524
Jóvenes 12 - 18 años	17%	21.234	21.509	21.784	22.059	22.333	22.608	22.883	23.158	23.433	23.708
Adultos (18 años en adelante)	56%	69.947	70.852	71.758	72.663	73.569	74.474	75.380	76.285	77.191	78.096
<b>Total de niños mayores de 3 años, jóvenes y adultos de los estratos 3, 4 y 5 de la ciudad de Popayán</b>	<b>94%<sup>51</sup></b>	<b>117.411<sup>52</sup></b>	<b>118.931</b>	<b>120.451</b>	<b>121.971</b>	<b>123.490</b>	<b>125.010</b>	<b>126.530</b>	<b>128.050</b>	<b>129.570</b>	<b>131.090</b>

Fuente: Propia de la investigación

De acuerdo a estos valores se determinará la población que asistirá a Divertura con el fin de conocer el número de visitas que la población esta dispuesta a realizar durante cada uno de los años de vida del Parque. Es importante tener en cuenta que la unidad de medida utilizada para determinar la proyección de la demanda es visitas/año, lo cual para efectos de este trabajo equivale también a boletas/año.

<sup>50</sup> El 55% de la población urbana pertenece a los estratos 3, 4 y 5 de la ciudad de Popayán, quienes son la población objetivo del Parque.

<sup>51</sup> Este porcentaje no suma 100% debido a que el 6% restante equivale a la población de niños entre 0 y 3 años de edad, quienes podrán asistir al Parque sin pagar por su entrada, razón por la cual no se tiene en cuenta para este calculo.

<sup>52</sup> Este valor equivale al 94% de la población de los estratos 3, 4 y 5 de la ciudad de Popayán que tendrá más de de 3 años de edad en el 2008 y así para los siguientes años.

**Tabla 2.7: Proyección de la demanda (Forma 1)**

		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Población Estratos 3, 4 y 5		117.411	118.931	120.451	121.971	123.490	125.010	126.530	128.050	129.570	131.090
Población que asiste a Centros Recreativos de la ciudad	63% <sup>53</sup>	73.969	74.926	75.884	76.841	77.799	78.756	79.714	80.672	81.629	82.587
Población que asistiría al Parque Divertura	66% <sup>54</sup>	48.819	49.451	50.083	50.715	51.347	51.979	52.611	53.243	53.875	54.507
<b>Número de Visitas</b>											
Porcentaje <sup>55</sup>	Número de veces al año <sup>56</sup>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
36,51%	12	213.876 <sup>57</sup>	216.644	219.413	222.182	224.950	227.719	230.487	233.256	236.025	238.793
28,57%	52	725.318	734.707	744.096	753.485	762.875	772.264	781.653	791.042	800.431	809.820

<sup>53</sup> Este porcentaje hace referencia a la población que asiste a Centros Recreativos de la ciudad de Popayán, resultado de la pregunta No. 4 de la encuesta realizada en la investigación de mercados.

<sup>54</sup> De acuerdo a la pregunta de aceptación, el 66% (definitivamente sí iría) fue el resultado de la pregunta No. 20 de la encuesta realizada en la investigación de mercados donde se hacía referencia a la intensidad de uso de los servicios ofrecidos por el Parque.

<sup>55</sup> Este porcentaje se obtuvo de acuerdo a los resultados de la pregunta No. 7 de la Investigación de Mercados. El 36,5% es igual al 23% / 63%, el 23 % significa el porcentaje de la población que asiste a los Centros Recreativos de la ciudad una vez al mes y el 63% representa al total de la población que asiste a los centros recreativos de la ciudad, es decir que el 36,5% de la población que asiste a los centros recreativos de la ciudad lo hace una vez al mes, y así sucesivamente para el resto de valores. Estos valores han sido aproximados pero para realizar el cálculo se han tenido en cuenta todos sus decimales.

<sup>56</sup> Este valor se saca de acuerdo a la frecuencia con que las personas visitan los centros recreativos de la ciudad (Pregunta No. 7 de la Investigación de Mercados). El número 12 significa que las personas visitan los centros Recreativos de la ciudad una vez al mes, es decir que en el año los visitan 12 veces, y así sucesivamente para el resto de valores.

<sup>57</sup> Este valor se obtuvo de la siguiente manera:  $48.819 * 36,51\% * 12 = 213.876$ , el cual significa que las personas que visitan los centros recreativos de la ciudad una vez al mes, visitarán al Parque Divertura 213.876 veces al año, y así sucesivamente para el resto de valores. Estos valores han sido aproximados pero para realizar el cálculo se han tenido en cuenta todos sus decimales.



Porcentaje	Número de veces al año	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
25,40%	26	322.363	326.536	330.709	334.882	339.055	343.228	347.401	351.574	355.747	359.920
4,76%	6	13.948	14.129	14.310	14.490	14.671	14.851	15.032	15.212	15.393	15.573
3,17%	4	6.199	6.280	6.360	6.440	6.520	6.601	6.681	6.761	6.841	6.922
1,59%	2	1.550	1.570	1.590	1.610	1.630	1.650	1.670	1.690	1.710	1.730
<b>TOTAL DE VISITAS A DIVERTURA</b>		<b>1.283.255</b>	<b>1.299.866</b>	<b>1.316.478</b>	<b>1.333.089</b>	<b>1.349.701</b>	<b>1.366.313</b>	<b>1.382.924</b>	<b>1.399.536</b>	<b>1.416.147</b>	<b>1.432.759</b>
VISITAS NIÑOS	22,3% <sup>58</sup>	286.166	289.870	293.575	297.279	300.983	304.688	308.392	312.096	315.801	319.505
VISITAS ADULTOS	77,7% <sup>59</sup>	997.089	1.009.996	1.022.903	1.035.810	1.048.718	1.061.625	1.074.532	1.087.439	1.100.347	1.113.254

Fuente: Propia de la investigación

Al hacer la proyección de la demanda teniendo en cuenta el número de visitas que realizarían los clientes potenciales de Divertura, se tendría una demanda suficiente para la creación de este Parque con una tendencia a incrementar año a año.

<sup>58</sup> Del total de niños mayores de 3 años, jóvenes y adultos de los estratos 3, 4 y 5 de la ciudad de Popayán, el 22.3% representa a los niños entre 3 y 11 años. Este porcentaje se obtuvo al realizar la siguiente operación:  $(8.743+17.487) / 117.411$ .

<sup>59</sup> Del total de niños mayores de 3 años, jóvenes y adultos de los estratos 3, 4 y 5 de la ciudad de Popayán, el 77.7% representa a los jóvenes y adultos mayores de 12 años de los estratos 3, 4 y 5 de la ciudad de Popayán. Este porcentaje se obtuvo al realizar la siguiente operación:  $(21.234+69947) / 117.411$ .

**Tabla 2.8 Proyección de la demanda - Número de visitas al año (Forma 2)**

Porcentaje <sup>60</sup>	Número de veces al año <sup>61</sup>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
23%	12	324.054 <sup>62</sup>	328.249	332.444	336.639	340.834	345.028	349.223	353.418	357.613	361.808
18%	52	1.098.966	1.113.192	1.127.418	1.141.644	1.155.870	1.170.096	1.184.322	1.198.548	1.212.774	1.227.001
16%	26	488.430	494.752	501.075	507.398	513.720	520.043	526.366	532.688	539.011	545.334
3%	6	21.134	21.408	21.681	21.955	22.228	22.502	22.775	23.049	23.323	23.596
2%	4	9.393	9.514	9.636	9.758	9.879	10.001	10.122	10.244	10.366	10.487
1%	2	2.348	2.379	2.409	2.439	2.470	2.500	2.531	2.561	2.591	2.622
<b>TOTAL DE VISITAS QUE SE HACEN A LOS CENTROS RECREATIVOS DE LA CIUDAD</b>		<b>1.944.325</b>	<b>1.969.494</b>	<b>1.994.663</b>	<b>2.019.832</b>	<b>2.045.002</b>	<b>2.070.171</b>	<b>2.095.340</b>	<b>2.120.509</b>	<b>2.145.678</b>	<b>2.170.847</b>
<b>PROYECCIÓN DE LA DEMANDA (VISITAS A DIVERTURA)</b>	<b>66%<sup>63</sup></b>	<b>1.283.255</b>	<b>1.299.866</b>	<b>1.316.478</b>	<b>1.333.089</b>	<b>1.349.701</b>	<b>1.366.313</b>	<b>1.382.924</b>	<b>1.399.536</b>	<b>1.416.147</b>	<b>1.432.759</b>
VISITAS NIÑOS	22,30% <sup>64</sup>	286.166	289.870	293.575	297.279	300.983	304.688	308.392	312.096	315.801	319.505
VISITAS JOVENES Y ADULTOS	77,70% <sup>65</sup>	997.089	1.009.996	1.022.903	1.035.810	1.048.718	1.061.625	1.074.532	1.087.439	1.100.347	1.113.254

Fuente: Propia de la investigación

<sup>60</sup> Este porcentaje hace referencia a la frecuencia con que la población asiste a centros Recreativos de la ciudad de Popayán, resultado de la pregunta No. 7 de la encuesta realizada en la investigación de mercados. El total de la sumatoria de estos no da 100%, debido a que el 37% de la población no asiste a centros recreativos de la ciudad de Popayán.

<sup>61</sup> Este valor se saca de acuerdo a la frecuencia con que las personas visitan los centros recreativos de la ciudad (Pregunta No. 7 de la Investigación de Mercados). El número 12 significa que las personas visitan los centros Recreativos de la ciudad una vez al mes, es decir que en el año los visitan 12 veces, y así sucesivamente para el resto de valores.

<sup>62</sup> Este valor se obtuvo de la siguiente manera:  $117.411 * 23\% * 12 = 324.054$ , el cual significa el total de visitas al año que realizan las personas que visitan los centros recreativos de la ciudad una vez al mes, y así sucesivamente para el resto de valores.

<sup>63</sup> De acuerdo a la pregunta de aceptación el 66% (definitivamente sí iría) fue el resultado de la pregunta No. 20 de la encuesta realizada en la investigación de mercados donde se hacía referencia a la intensidad de uso de los servicios ofrecidos por el Parque.

<sup>64</sup> Del total de niños mayores de 3 años, jóvenes y adultos de los estratos 3, 4 y 5 de la ciudad de Popayán, el 22.3% representa a los niños entre 3 y 11 años. Este porcentaje se obtuvo al realizar la siguiente operación:  $(8.743+17.487) / 117.411$ .

<sup>65</sup> Del total de niños mayores de 3 años, jóvenes y adultos de los estratos 3, 4 y 5 de la ciudad de Popayán, el 77.7% representa a los jóvenes y adultos mayores de 12 años de los estratos 3, 4 y 5 de la ciudad de Popayán. Este porcentaje se obtuvo al realizar la siguiente operación:  $(21.234+69947) / 117.411$ .

## **6. OFERTA**

### **6.1 CARACTERÍSTICAS DE LA OFERTA**

En la región no existen empresas o entidades que presten servicios iguales a los que ofrecerá el Parque de Diversión y Cultura, es por esto que se considera que dicho Parque no tiene competencia directa.

### **6.2 IDENTIFICACIÓN DE LA COMPETENCIA**

Mediante la observación y la consulta en entidades como la Cámara de Comercio del Cauca se encontró que existen servicios sustitutos, los cuales se manifiestan como competencia indirecta; igualmente en la pregunta No.6 de la investigación de mercados, la población manifestó algunos lugares que visita para recrearse, entre ellos están:

- Centro Recreativo Pisojé de Comfacauca
- Centro recreacional La playa
- La finca de MI TIO
- Club Campestre
- Club de Leones
- Club Popayán
- Piscinas del Champagnat
- Piscinas del Seminario
- Centro social el Bambú
- Centro social el Tablazo
- Centro Deportivo Universitario TULCAN
- Centro recreativo la Villa de Comfacauca
- Fincas aledañas a la ciudad
- Restaurantes campestres
- La Colina

- Sitios de pesca deportiva
- Caballo de Copas
- Criadero Cabalgando
- Provitec
- Colgate Palmolive

Los sitios antes mencionados pueden llamar la atención de los clientes del Parque Divertura, pero no existe alguno que preste en conjunto todos los servicios que ofrecerá dicho parque.

En el trabajo de campo realizado se puede destacar que los sitios más visitados por la comunidad de Popayán son el centro recreativo Pisoje de Comfacauca con un 45% y el centro deportivo universitario Tulcán con 12%.

Otros sitios que podrían llamar la atención de los clientes de Divertura son los ubicados en el resto del país como Panaca, Parque del Café, Piscilago, Yakú, entre otros. Actualmente estos sitios no serían competencia directa de acuerdo al mercado meta del Parque en el corto plazo, pero cuando se decida incursionar en otros mercados (en el largo plazo), pasarían a ser parte de su competencia directa.

### **6.2.1 Fortalezas de la competencia (Servicios sustitutos)**

- Estas empresas ya se encuentran posicionadas en el mercado, conocen su cliente objetivo y tiene cierto grado de reconocimiento y experiencia, haciendo que tenga mayor acogida en el mercado de la ciudad de Popayán.

### **6.2.2 Debilidades de la competencia**

- En la investigación realizada inicialmente (prueba piloto<sup>66</sup>) se concluyó que la comunidad Payanesa no se encuentra satisfecha con los servicios que estas

---

<sup>66</sup> Investigación realizada por las autoras del proyecto con el fin de conocer las opiniones que tiene la población a cerca de los centros recreativos que hay actualmente en la ciudad.

empresas ofrecen, puesto que no innovan en la prestación de los servicios y adicionalmente no cumplen con sus expectativas.

- De acuerdo a la pregunta No. 8 de la investigación de mercados se concluye que el 60% de la población considera que van a estos sitios porque no hay otras alternativas en la ciudad.
- Son muy pocos los servicios que ofrecen estos establecimientos o se centran en uno sólo, sin dar la posibilidad a los clientes de escoger los de su preferencia, para poder hacerlo deben desplazarse hacia varios sitios.

## 7 PRECIO

### 7.1 DETERMINACIÓN DEL PRECIO

Para determinar el precio de los servicios del Parque, se han tenido en cuenta 2 factores:

- **Políticas del precio de la competencia**

De acuerdo a la pregunta No. 6 del cuestionario del trabajo de campo, se concluyó que el Centro Recreativo que más visitan los habitantes de Popayán es el Centro Recreativo Pisojé de Comfacauca, es por eso que el precio para poder acceder a sus servicios será tenido en cuenta para establecer el precio de Divertura. Para el precio específico de algunos servicios, se tuvo en cuenta los precios de pequeños establecimientos que ofrecen servicios similares pero de manera individual.

Igualmente se tuvo en cuenta los precios de la competencia indirecta como lo son los centros recreativos del Eje Cafetero como Panaca y Parque del Café, puesto que en la zona no hay un centro recreativo que ofrezca todos los servicios que ofrecerá el Parque Divertura.

Finalmente para concluir un precio determinado se debió llegar a un consenso entre las autoras del proyecto de acuerdo a sus vivencias personales en sitios similares al Parque Divertura.

- **Componentes del servicio.**

En el servicio que va a ofrecer la organización intervienen dos componentes importantes a tener cuenta para la fijación del precio:

- El know-how
- El tipo de servicio a usar, donde intervienen diferentes paquetes de servicios.

Después de analizar lo anterior se concluyó que el nivel de ingresos de los habitantes de Popayán no es lo suficientemente alto como para acceder constantemente a un centro recreativo con precios de ingreso como los del Eje Cafetero; igualmente no sería atractivo para la Organización Divertura sostenerse con precios como los del Centro Recreativo Comfacauca, puesto que Divertura ofrece una mayor cantidad de servicios, es por esto que se decidió promediar sus precios así:

**Tabla 2.9: Determinación del precio**

<b>EMPRESA</b>	<b>ENTRADA NIÑOS</b>	<b>ENTRADA ADULTOS</b>
Centro Recreativo Comfacauca	\$1.500 Afiliados A: \$1.200,C: \$1.400	\$3.600 Afiliados A: \$1.800,C: \$2.000
	Incluye: Entrada General	
Parque Yakú	\$9.000 \$6.000 consumibles	\$10.000 \$6.000 consumibles
Parque del Café	Pasaporte Múltiple: \$39.000 Incluye: entrada, teleférico, tren del café, show de orquídeas, atracciones mecánicas, entre otros.	
	Pasaporte Económico: \$14.000 Incluye: Entrada, teleférico del café, 1 estación una vez, 2 estaciones una vez.	
	Pasaporte Recreativo: \$24.000 Incluye: Entrada, tren del café estación Armenia, tren del café estación montenegro, show de orquídeas, show del café.	
	Pasaporte 5 Aventuras: \$26.000 Incluye: Entrada, arme su pasaporte con 5 atracciones diferentes, No paseo a Caballo.	
Panaca	Pasaporte Terra: \$39.000 Incluye: Ingreso al parque, exhibiciones (Ganadería, Avicultura, Canina, Cerdodromo, Mundo del Caballo), Paseo por el Sendero Ecológico.	
	Pasaporte Escolar: \$25.000 sólo para grupos de más de 20 estudiantes.	
Divertura	\$8.000 \$5.000 Consumibles	\$10.000 \$5.000 Consumibles
	Los \$5.000 consumibles se pueden usar en cualquiera de los servicios ofrecidos por del Parque.	

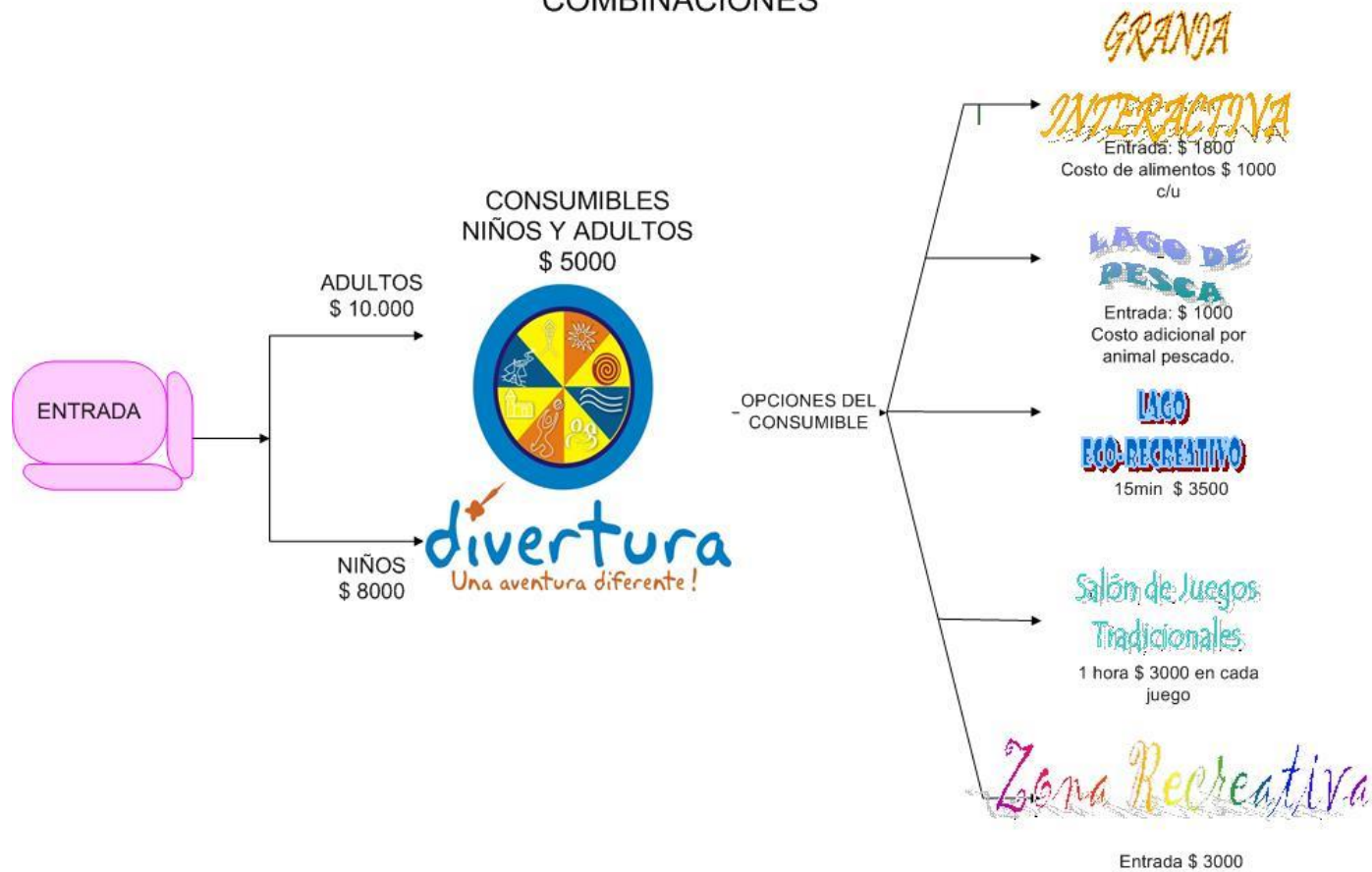
Fuente: Propia de la investigación

Para el Parque Divertura, el resto de servicios tendrían un costo adicional, el cuál puede ser cubierto por el pasaporte consumible que se adquiere en la entrada general, a continuación se especificarán estos precios:



Figura 2.53: Precios de los servicios del Parque

PRECIOS DEL PARQUE DIVERTURA - POSIBLES COMBINACIONES



Fuente: Propia de la investigación

Los costos de cada servicio se establecieron teniendo en cuenta sitios de la ciudad que los ofrecen de manera individual, es así como una persona podría pagar diez mil pesos por un adulto u ocho mil pesos por un niño para ingresar al parque, teniendo bonos para consumir por \$ 5.000, los cuales pueden ser gastados en alguna de las alternativas dadas anteriormente así:

- Solamente en la entrada en la granja más el alimento para los animales \$ 5000
- Lago de pesca + Lago eco-recreativo. Sobran \$ 500
- Lago de pesca + Juegos Tradicionales. Sobran \$ 1000
- Lago de pesca + Zona recreativa. Sobran \$1000
- Juegos tradicionales + Entrada a la Granja. Sobran \$ 200
- Zona Recreativa + Entrada a la Granja. Sobran \$200

Para que una persona pueda disfrutar de todos los servicios debe cancelar \$25.500 por adulto y \$ 23.500 por niño.

Los anteriores precios fueron corroborados en el estudio financiero después de realizar un análisis del punto de equilibrio, VPN y TIR, indicadores que arrojan resultados muy positivos para los inversionistas de Divertura y para los posibles clientes del mismo, cumpliendo así con el modelo de costo-volumen-utilidad promedio ponderado.

Se asume que estos precios son razonables y cumplen con las estrategias que se mencionarán a continuación:

Las estrategias de precios a establecer son *precio imitativo* y *precio de introducción*. Imitativo ya que el precio se va a fijar con base a los que tiene la competencia a nivel local teniendo en cuenta los precios del Centro recreativo Comfacauca, y para algunos servicios, el precio de establecimientos que los ofrecen de manera individual; los precios a nivel nacional igualmente se tuvieron en cuenta puesto que es la única referencia real que se tiene sobre el valor de los servicios que se



manejan en este mercado. Sin embargo, adicionalmente se establecerá el precio de introducción, dado que la empresa entrará a operar en un mercado poco explorado por este tipo de organizaciones, lo que genera cierto grado de incertidumbre con respecto a la receptividad que tendría el establecimiento de la nueva empresa en el mercado, escenario para el cual es recomendable manejar precios bajos o en este caso denominados de introducción. Es por esto que se manejarán paquetes de servicios para que sea más cómodo para el cliente al momento de pagar.


## 7.2 ESQUEMA DE PAGO

El esquema de pago será de contado, es decir inmediato puesto que los clientes del Parque Divertura sólo podrán disfrutar de sus servicios una vez hayan efectuado el pago.



## 7.3 ESTRATÉGIA FUTURA DE PRECIOS

**Tabla 2.10: Estrategia futura de precios**

SERVICIO	PRECIO INDIVIDUAL		PRECIO PASAPORTE
	Adultos	Niños	
<b>Zona Recreativa:</b> Juegos infantiles, piscinas, canchas polideportivas, cancha voleyplaya	\$3.000	\$3.000	 La entrada General Incluye estos tres servicios y queda para consumir \$ 5.000
<b>Plaza de Comidas</b>	0	0	
<b>Zona representativa del Cauca:</b> Sin desplazarte a sitios del Cauca podrás conocer lo mejor de él.	\$800	\$800	
<b>Zona de Camping</b>	\$1.000 hora	\$1.000 hora	
<b>Tu aporte al Parque:</b> Déjale lo mejor de ti a Divertura	0	0	

SERVICIO	PRECIO INDIVIDUAL		PRECIO PASAPORTE
	Adultos	Niños	
<b>Granja Interactiva:</b> Tendrás un contacto directo con los animales, podrás alimentarlos, jugar con ellos y mucho más!	\$1.800	\$1.800	 <b>Adultos      Niños</b> <b>\$ 5.600      \$4.700</b> El alimento para cada animal tiene un costo de \$ 1.000
<b>Lago de Pesca</b>	\$800	\$800	
<b>Lago Eco-Recreativo:</b> Podrás pasear en botes y alimentar a patos y gansos durante 15 min.	\$3.000	\$3.000	

			<b>Adultos</b>	<b>Niños</b>
			<b>\$2.100</b>	<b>\$1.700</b>

<b>Salón de Juegos Tradicionales:</b> Juegos de billar, Sapo, ping pong, juegos de mesa...	\$3.000 hora en Cada juego	Solo para niños mayores de 12 años	 <p><b>\$ 13.500</b> Escoge 5 Juegos y diviértete!!</p>
<b>Kiosco de Eventos:</b> Para ocasiones especiales un sitio especial: ¡DIVERKIOSCO!			Tiene un manejo especial de acuerdo a los eventos que se realicen
	Incluye la entrada a todos los servicios mencionados anteriormente por una vez, excepto Diversión Tradicional que es por 5 veces <b>Adultos \$ 25.000</b> <b>Niños \$ 21.000</b>		

Fuente: Propia de la investigación

## 7.4 VENTAS PROYECTADAS

En la tabla 2.11 se presentan las ventas proyectadas del Parque Divertura

**Tabla 2.11: Ventas proyectadas**

Fase	Inversión	Operacional									
Año	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>VISITAS NIÑOS</b>											
Nivel de prestación del servicio		100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Boletas niños		83.491	83.491	83.491	83.491	83.491	83.491	83.491	83.491	83.491	83.491
Precio de venta (miles/visita)		8	8	8	8	8	8	8	8	8	8
Ingresos por visitas niños (millones)		667,93	667,93	667,93	667,93	667,93	667,93	667,93	667,93	667,93	667,93
<b>VISITAS ADULTOS</b>											
Nivel de prestación del servicio		100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Boletas adultos		290.909	290.909	290.909	290.909	290.909	290.909	290.909	290.909	290.909	290.909
Precio de venta (miles/visita)		10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
Ingresos por visitas adultos (millones)		2.909,09	2.909,09	2.909,09	2.909,09	2.909,09	2.909,09	2.909,09	2.909,09	2.909,09	2.909,09
<b>TOTAL INGRESOS (millones)</b>		<b>3.577,02</b>	<b>3.577,02</b>	<b>3.577,02</b>	<b>3.577,02</b>	<b>3.577,02</b>	<b>3.577,02</b>	<b>3.577,02</b>	<b>3.577,02</b>	<b>3.577,02</b>	<b>3.577,02</b>

Fuente: Propia de la investigación

De acuerdo al anterior cuadro se espera que el número de visitas realizadas por los niños ascienda a 83.491, este valor es igual al 22.3% del total de niños mayores de 3 años, jóvenes y adultos de los estratos 3, 4 y 5 de la ciudad de Popayán. Igualmente se espera que las visitas de adultos sean 290.909, las cuales equivalen al 77.7% del total de niños mayores de 3 años, jóvenes y adultos de los estratos 3, 4 y 5 de la ciudad de Popayán.

La elaboración de la proyección de ventas se basó sólo en los ingresos generados por la compra de las boletas de entrada, pues a Divertura le ingresan \$8.000 por cada niño mayor de 3 años y \$10.000 por cada adulto.

Es importante resaltar que para esta proyección no se tuvo en cuenta los ingresos que se pueden obtener por el uso de cada uno de los servicios ofrecidos por el Parque, ya que el proyecto es viable financieramente sólo con los ingresos por venta de boletas, por lo tanto si se entraran a considerar todos los demás ingresos de cada uno de los servicios, el proyecto sería viable con mayor razón.

## **8. COMERCIALIZACIÓN**

### **8.1 TIPO DE CANAL DE DISTRIBUCIÓN**

El tipo de canal de distribución a emplear por el Parque de Diversión y Cultura es de nivel cero o también llamado directo, ya que no existen intermediarios entre el vendedor y el cliente.

En el caso específico de esta empresa que se dedicará a la prestación de un servicio, los consumidores finales son personas u organizaciones que acuden en busca de recreación, los cuales serán al mismo tiempo clientes, puesto que ellos son los que pagarán por el servicio adquirido. Para atender al consumidor final no se necesitan de intermediarios como mayoristas o minoristas, ya que el cliente está adquiriendo personalmente y de forma directa el servicio de recreación, es decir, hay una relación directa entre el vendedor y el cliente.



## **9. PROMOCIÓN**

### **9.1 GRUPO OBJETIVO**

El Parque Divertura está dirigido a toda la población (niños, jóvenes y adultos) de los estratos 3, 4 y 5 de la ciudad de Popayán, que busquen diferentes opciones de diversión y/o cultura sobre el Departamento del Cauca.

### **9.2 OBJETIVOS DE LA PROMOCIÓN**

- Informar a los clientes potenciales los servicios que ofrecerá el Parque Divertura.
- Persuadir a las personas a preferir los servicios ofrecidos por el Parque.
- Influenciar en la intención de uso de los servicios ofrecidos por el Parque Divertura a sus clientes.

### **9.3 HERRAMIENTAS DE LA PROMOCIÓN**

Las herramientas que el Parque utilizará con el fin de alcanzar sus objetivos de promoción son las siguientes:

#### **9.3.1 Publicidad**

Con esta herramienta de la promoción se pretende estimular la demanda dando a conocer los servicios y beneficios que el Parque Divertura ofrecerá a sus clientes potenciales. Se hará a través de los siguientes medios:

##### **9.3.1.1 Periódicos**

La publicidad por medio del periódico local permite una penetración inmediata en el mercado, puesto que se publica todos los días, enfoca la atención de la audiencia y el mensaje llegaría de manera efectiva al mercado meta de la empresa (niños, jóvenes y adultos de los estratos 3, 4 y 5 de la ciudad de Popayán). En el área de influencia del Parque Divertura el diario elegido como medio de comunicación por su cobertura y consulta del cliente objetivo es “El Liberal”.

- Publicidad en plegado local  
 Diario: El Liberal<sup>67</sup>  
 Tiraje: 8.500 ejemplares diarios  
 Tamaño del aviso: Una columna por 10 cm.  
 Costo del Aviso (día): A color \$275.000  
 Blanco y negro: \$155.000  
 Número de mensajes mes: 4, el diario ofrece una promoción que consiste en doblar el número de mensajes pagados, por tanto los mensajes mensuales serán 8, de los cuales serán 4 a color y 4 a blanco y negro cada mes.  
 Días: Martes y jueves  
 Duración: 3 meses  
 Costo total: \$ 2.580.000  
 Diseños<sup>68</sup>:

**Figuras 2.54, 2.55, 2.56, 2.57 y 2.58: Diseño de la publicidad en periódicos**



<sup>67</sup> Información suministrada por el encargado del área de ventas del Diario El Liberal.

<sup>68</sup> Elaborados por las autoras del proyecto en asesoría con expertos.

**Cada fin de semana  
no puede ser el  
mismo!!!  
Cambia tu rutina**



Ven y disfruta de:

- Granja interactiva
- Lago de pesca
- Lago Eco-recreativo
- Zona recreativa
- La Zona "C" Y Mucho más...

Parque de Diversión y Cultura

Teléfono: (2) 235689

E-mail: [divertura@divertura.com.co](mailto:divertura@divertura.com.co)

[www.divertura.com.co](http://www.divertura.com.co)

**Gózate al Cauca y  
diviértete sin  
límite...**

Ven y disfruta de:

- Granja interactiva
- Lago de pesca
- Lago Eco-recreativo
- Zona recreativa
- La Zona "C" Y Mucho más...



**Te esperamos**

Parque de Diversión y Cultura

Teléfono: (2) 235689

E-mail: [divertura@divertura.com.co](mailto:divertura@divertura.com.co)

[www.divertura.com.co](http://www.divertura.com.co)

**Dile adiós a los fines  
de semana en casa...**



**Te invitamos a hacer parte de  
esta nueva aventura donde  
encontrarás diversión y  
cultura en un mismo  
lugar.**

Parque de Diversión y Cultura  
Teléfono: (2) 235689  
E-mail: [divertura@divertura.com.co](mailto:divertura@divertura.com.co)  
[www.divertura.com.co](http://www.divertura.com.co)

**Disfruta de las  
maravillas de tu  
Departamento en un  
sólo lugar**



**No te lo puedes perder!!**

Parque de Diversión y Cultura  
Teléfono: (2) 235689  
E-mail: [divertura@divertura.com.co](mailto:divertura@divertura.com.co)  
[www.divertura.com.co](http://www.divertura.com.co)

Fuente: Propia de la investigación

- Inserciones preimpresas (suplemento)  
Tamaño: 24 cm. X 11 cm.  
Costo de la impresión: \$2.125.000<sup>69</sup>  
Costo de la publicación: \$935.000<sup>70</sup>  
Día: Viernes  
Duración: 1 vez al año  
Costo total: \$3.060.000

El presupuesto asignado para pautar en el periódico es \$5.640.000

### 9.3.1.2 Televisión.

La publicidad por medio de la televisión es muy atractiva, causa impacto e influencia a quienes ven los comerciales a tomar decisiones de uso de los servicios.

- Anuncios por intermedios entre programas
  - Canal: Cauca Visión<sup>71</sup>  
Empresa: Cable Cauca  
Duración: 20 segundos  
Valor del impacto: \$ 1.190  
Número de impactos diarios: 7  
Días: Lunes a domingo  
Horario: Mañana: 1 impacto  
Medio día: 2 impactos  
Noche (5:00 p.m. – 10:00 p.m.): 4 impactos  
Periodo: 3 meses  
Costo total: \$ 750.000
  - Canal: Cable Unión<sup>72</sup>  
Empresa: Cable Unión

<sup>69</sup> Información suministrada en la tipografía Cruz.

<sup>70</sup> Información suministrada por el encargado del área de ventas del Diario El Liberal.

<sup>71</sup> Información suministrada por el encargado del canal Cauca Visión de la empresa Cable Cauca.

<sup>72</sup> Información suministrada por el encargado del canal de la empresa Cable Unión.

Duración: 20 segundos  
Valor del impacto: \$ 1.500  
Número de impactos diarios:  
Días: Lunes a viernes  
Horario: Mañana: 2 impactos  
Medio día: 3 impactos  
Noche: 5 impactos  
Periodo: 3 meses  
Costo total: \$ 900.000

Realización del comercial: \$ 150.000

El presupuesto para televisión es de \$ 1.800.000 para el primer año.

### **9.3.1.3 Radio**

Se pautara en las principales emisoras de la ciudad, como lo son:

- Emisora: La Mega<sup>73</sup>  
Red: RCN – FM  
Cubrimiento del mensaje: Departamento del Cauca  
Duración: 20 segundos  
Valor mensaje: \$ 6.900  
Número de mensajes diarios: 3  
Días: Viernes y sábado  
Periodo: 12 meses y un mes de expectativa  
Valor total: \$ 1.987.200 (de los 12 meses)  
Valor mes de expectativa: \$ 165.600
- Emisora: Tropicana Stereo<sup>74</sup>  
Red: Caracol - FM  
Cubrimiento del mensaje: Departamento del Cauca  
Duración: 20 segundos

---

<sup>73</sup> Información suministrada por el encargado del área de ventas de la Emisora La Mega.

<sup>74</sup> Información suministrada por el encargado del área de ventas de la Emisora Tropicana Stereo.

Valor mensaje: \$5.500

Número de mensajes diarios: 3

Días: Jueves y viernes

Periodo: 12 meses y un mes de expectativa

Valor total: \$ 1.584.000 (de los 12 meses).

Valor mes de expectativa: \$ 132.000

- Emisora: RCN<sup>75</sup>  
Red: RCN Básica AM.  
Cubrimiento del mensaje: Departamento del Cauca  
Duración: 20 segundos  
Valor por mensajes: \$4.500  
Número de mensajes diarios: 3  
Días: Martes y jueves  
Periodo: 12 meses y un mes de expectativa  
Valor total: \$ 1.296.000 (de los 12 meses).  
Valor mes de expectativa: \$ 108.000

Mensajes de expectativa: estos mensajes serán transmitidos en las 3 emisoras un mes antes de que el Parque empiece a funcionar, con el fin de crear curiosidad en los radio escucha. Estos son:

- Una nueva opción de diversión y cultura, grandes y chicos disfrutarán de toda una aventura!!!
- Gózate al Cauca y diviértete sin límite..... Muy pronto en Popayán una nueva opción de diversión y cultura.
- Muy pronto en Popayán vivirás una nueva aventura!!! Espérala.
- Mensajes para el resto del año:
- ¿Creías que nunca llegaría a Popayán? Ahora está aquí!!! El mejor Parque de diversión y cultura. Divertura.
- Disfruta las maravillas de tu Departamento en un solo lugar. No te lo puedes perder!!! Diversión y cultura, Divertura.

---

<sup>75</sup> Información suministrada por el encargado del área de ventas de la Cadena Radial RCN Básica AM.

- Gózate al Cauca y diviértete sin limite en el nuevo Parque de diversión y cultura, Divertura.
- Dile adiós a los fines de semana en casa... te invitamos a hacer parte de una nueva aventura. Diversión y cultura, Divertura.
- Cada fin de semana no puede ser el mismo!!! Cambia tu rutina. Ven y disfruta de: granja interactiva, lago de pesca, lago eco-recreativo, zona de camping, zona recreativa, zona representativa del Cauca, y mucho más... Diversión y cultura, Divertura.
- Ya no tienes que ir muy lejos para disfrutar de tu Departamento, pues en Divertura podrás conocerlo todo, y además encontraras opciones de diversión. Diversión y cultura, Divertura.
- Divertura te invita a vivir la aventura de \_\_\_\_\_ del \_\_\_\_\_ al \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_. No te la puedes perder!!!
- Demuéstrale tu fidelidad a Divertura y vuélvete un cliente aventura. Opten tu tarjeta ya. Diversión y cultura, Divertura.

El presupuesto para radio es de \$5.272.800 para el primer año.

#### **9.3.1.4 Publicidad electrónica**

El mensaje es visual, puede combinar audio y es interactivo, enfoca la atención de la audiencia, aunque no permite controlar el perfil de la misma, dado que llega indistintamente. Se puede recibir una retribución persona a persona, además se puede contar el número de personas que han sido expuestas al mensaje en tiempo real. No tiene límites en cuanto a posibilidades creativas, ni tiene límites de horario. Se creará una página Web institucional con links en páginas comerciales como [www.ciudadblanca.com](http://www.ciudadblanca.com), con ello el cliente siempre tendrá a su alcance la información de la organización.

Valor diseño: \$350.000

Montaje en la Red: \$850.000

El costo de la página es de \$1'200.000<sup>76</sup>

---

<sup>76</sup> Este costo fue suministrado por la empresa BSN de Parquesof-Popayán.



Es importante aclarar que este costo es tenido en cuenta solo en el primer año de funcionamiento de la empresa para efectos del Estudio Financiero.

### 9.3.1.5 Directorio telefónico

- Páginas Amarillas<sup>77</sup>  
Empresa: Publicar S.A.  
Tamaño del aviso: Una columna por 5 centímetros, bicolor  
Costo del aviso: \$ 1.151000 + IVA  
Duración: 1 año  
Diseño:

**Figura 2.59: Diseño de aviso para el directorio telefónico**



Fuente: Propia de la investigación

El presupuesto del directorio telefónico para el primer año es de \$ 1.335.160

El presupuesto de publicidad para la fase de inversión y operación en los años de vida del Parque se resume en la siguiente tabla:

<sup>77</sup> Información suministrada por el encargado del área de ventas de Publicar S.A.

**Tabla 2.12: Presupuesto de publicidad para la fase de inversión y operación**

<b>TIPO DE PUBLICIDAD</b>	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>	<b>Año 6</b>	<b>Año 7</b>	<b>Año 8</b>	<b>Año 9</b>	<b>Año 10</b>
Periódicos	\$ 0	\$ 5.640.000	\$ 5.640.000	\$ 5.640.000	\$ 5.640.000	\$ 5.640.000	\$ 5.640.000	\$ 5.640.000	\$ 5.640.000	\$ 5.640.000	\$ 5.640.000
Televisión	\$ 0	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000
Radio	\$ 405.600	\$ 4.867.200	\$ 4.867.200	\$ 4.867.200	\$ 4.867.200	\$ 4.867.200	\$ 4.867.200	\$ 4.867.200	\$ 4.867.200	\$ 4.867.200	\$ 4.867.200
Publicidad electrónica	\$ 0	\$ 1.200.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Directorio telefónico	\$ 0	\$ 1.335.160	\$ 1.335.160	\$ 1.335.160	\$ 1.335.160	\$ 1.335.160	\$ 1.335.160	\$ 1.335.160	\$ 1.335.160	\$ 1.335.160	\$ 1.335.160
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 405.600</b>	<b>\$ 14.842.360</b>	<b>\$ 13.642.360</b>	<b>\$ 13.642.360</b>	<b>\$ 13.642.360</b>	<b>\$ 13.642.360</b>	<b>\$ 13.642.360</b>	<b>\$ 13.642.360</b>	<b>\$ 13.642.360</b>	<b>\$ 13.642.360</b>	<b>\$ 13.642.360</b>

Fuente: Propia de la investigación.

El presupuesto de publicidad para el año 1 es de \$14.842.360, pero a partir del año 2 disminuye a \$13.642.360, debido a que en la publicidad electrónica sólo se invertirá en el primer año.

Es importante aclarar que para efectos del estudio financiero, la inversión en radio en el año 0 será tomada como un gasto preoperativo.

## 9.4 PROMOCIÓN DE VENTAS

Con esta herramienta se busca incentivar el uso de los servicios ofrecidos por el Parque Divertura, se hará a través de:

*Tarjeta que identifique la lealtad de los clientes.* A los clientes que visiten el Parque 2 veces al mes durante 2 meses seguidos se les entregará una tarjeta que lo acreditará como ***Cliente Divertura***, con la cual podrá acceder a descuentos en el uso de algunos de los servicios según programación establecida por el Parque.

- Empresa: Centro Color Popayán<sup>78</sup>

Características de la tarjeta: Material: PVC 1

Impresión: La cara a color y por detrás negro.

Medidas: 8.5 cm. x 5.5 cm.

Costo de la tarjeta (unitario): \$ 3.500

Cantidad: 300 tarjetas

Costo total: \$ 1.050.000

Diseño:

**Figura 2.60: Diseño de la tarjeta cliente Divertura**



<sup>78</sup> Información suministrada por el encargado de ventas de la empresa Centro Color Popayán.

### **Tarjeta Cliente Divertura**

- Le permitirá gozar de todos los beneficios concedidos por Divertura.
- La tarjeta es personal e intransferible.
- No puede ser utilizada como tarjeta crédito o débito.

Teléfono: (2)8235689

[www.divertura.com](http://www.divertura.com)

Popayán—Cauca

Fuente: Propia de la investigación

El presupuesto para esta actividad es de \$ 1.050.000 para el primer año.

*Pases de cortesía.* Estos pases se entregarán a los medios publicitarios para que los entreguen a sus clientes a través de mecanismos que ellos decidan. Esto se hará inicialmente cuando el Parque abra sus puertas al público.

*Cupones de descuento.* Los cupones serán anexados a las inserciones preimpresas que se adicionaran al periódico El Liberal una vez en el año. En ellos se establecerán descuentos para los diferentes servicios ofrecidos por el Parque.

*Rebajas.* Mensualmente se destinara un día de la semana entre martes y jueves para realizar rebajas en los servicios que ofrece el Parque como por ejemplo por el pago de la entrada de un adulto ingresa un niño menor de 12 años completamente gratis, o por la compra de un boleto se lleva el segundo a mitad de precio. Igualmente se ofrecerán paquetes que incluirán diferentes servicios, los cuales serán más económicos que acceder a cada servicio por separado.

El presupuesto de promoción de ventas para el primer año es de \$1.050.000

## 9.5. RELACIONES PÚBLICAS

*Videos de relaciones públicas:* Los videos de relaciones públicas (video institucional) constituyen uno de los más poderosos medios de comunicación al alcance de la dirección empresarial. Mediante su impacto dual de imagen y sonido las películas de figuras móviles captan la íntegra atención de los espectadores a lo largo de toda la duración del mensaje.

- Costo de realización: \$ 2.000.000<sup>79</sup>

Duración: 15 segundos

*Eventos:* Se podrán patrocinar eventos académicos-culturales como ferias o muestras empresariales, para llamar la atención de los clientes con el nombre de la empresa y sus servicios.

*Noticias:* Permanentemente encontrar o crear noticias favorables acerca de la empresa, sus servicios o su personal. Los boletines de prensa deben ser interesantes y estar bien escritos para atraer la atención de los clientes.

*Propaganda:* Teniendo en cuenta que la propaganda es cualquier tipo de comunicación relacionada con la empresa o con los productos sin que la organización haya pagado por eso; la acción y el efecto de dar a conocer los servicios de la empresa prestadora de servicios de diversión y cultura para atraer clientes potenciales, no podrá realizarse sino después de haber prestado los primeros servicios, ya que la propaganda se deriva de los aspectos positivos o negativos percibidos por el cliente, el cual se encargará de realizar parte de la propaganda que se necesita.

El presupuesto de relaciones públicas es de \$ 2.000.000

---

<sup>79</sup> Información suministrada por el Señor Gustavo Alzate.

## 9.6 MERCHANDISING

Los servicios de diversión y cultura, deberán ser constituidos por un sistema de ventas interactivo que emplee uno o más medios publicitarios para lograr una respuesta satisfactoria, ya que ésta tendrá un contacto directo con el consumidor final (personas u organizaciones), de este modo se utilizarán medios persuasivos, en el lugar donde se prestarán los servicios, en este caso la sede del Parque. Los materiales publicitarios en el punto de oferta del producto (POP) serán folletos y otros similares que aporten al conocimiento de los servicios que se ofrecen en el Parque, sus tarifas y además el recorrido que se puede hacer para acceder a los servicios. Es válido aclarar que la técnica utilizada para esta empresa es el denominado “Merchandising en el punto de venta” ya que se va a presentar un establecimiento agradable y atractivo que sobresalga sutilmente sobre la competencia, con el fin de que los potenciales clientes se interesen e ingresen a demandar los servicios de la organización. Además se ha escogido esta opción ya que en este caso no se puede aplicar el merchandising en lugares que estén fuera del lugar de venta, dado que el producto a la venta es intangible.

Folleto:

Diseño: \$200.000<sup>80</sup>

Impresión: \$580.000<sup>81</sup>

Cantidad: 1.000 folletos

El presupuesto total asignado al merchandising de la organización es de \$780.000 para el primer año.

---

<sup>80</sup> Información suministrada por el señor Guido Cruz.

<sup>81</sup> Información suministrada en la Tipografía Cruz.

## 9.7 PRESUPUESTO DE PROMOCIÓN

El presupuesto destinado al mercadeo del Parque Divertura para la fase de inversión y operación se resume en la siguiente tabla:

**Tabla 2.13: Presupuesto de promoción para la fase de inversión y operación**

TIPO DE PROMOCIÓN	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Publicidad	\$ 405.600	\$ 14.842.360	\$ 13.642.360	\$ 13.642.360	\$ 13.642.360	\$ 13.642.360	\$ 13.642.360	\$ 13.642.360	\$ 13.642.360	\$ 13.642.360	\$ 13.642.360
Promoción de ventas	\$ 0	\$ 1.050.000	\$ 1.050.000	\$ 1.050.000	\$ 1.050.000	\$ 1.050.000	\$ 1.050.000	\$ 1.050.000	\$ 1.050.000	\$ 1.050.000	\$ 1.050.000
Relaciones públicas	\$ 0	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000
Merchandising	\$ 0	\$ 780.000	\$ 780.000	\$ 780.000	\$ 780.000	\$ 780.000	\$ 780.000	\$ 780.000	\$ 780.000	\$ 780.000	\$ 780.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 405.600</b>	<b>\$ 18.672.360</b>	<b>\$ 17.472.360</b>	<b>\$ 17.472.360</b>	<b>\$ 17.472.360</b>	<b>\$ 17.472.360</b>	<b>\$ 17.472.360</b>	<b>\$ 17.472.360</b>	<b>\$ 17.472.360</b>	<b>\$ 17.472.360</b>	<b>\$ 17.472.360</b>

Fuente: Propia de la investigación.

En el año 0 se invertirá en la publicidad de expectativa \$ 405.600, la cual será realizada en la fase de inversión del proyecto (gasto preoperativo). En el año 1 de la fase de operación del proyecto el presupuesto destinado para el mercadeo del Parque Divertura será de \$18.672.360; pero desde el año 2 será de \$17.472.360, debido a que el presupuesto de publicidad disminuye a partir de este año, disminución ocasionada porque en la publicidad electrónica sólo se invertirá en el primer año de vida del Parque<sup>82</sup>.

<sup>82</sup> Para mayor claridad ver tabla 2.12: Presupuesto de publicidad.

## **9.8 ESTRATEGIA FUTURA DE PROMOCIÓN**

Una estrategia que en el futuro se puede utilizar para promocionar el Parquees que en los restaurantes de la ciudad en los que se usen bandejas para entregar el pedido ordenado como en Frisby, Super Cubano, Almacenes Ley, Almacenes Éxito, entre otros, se puede agregar un volante del tamaño de la bandeja como si fuere un individual sobre ella, donde se ofrezca información sobre el Parque y se persuada a las personas para que lo visiten.



## 10. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DEL MERCADO

- Los servicios a prestar en la empresa serán: Granja Interactiva, Lago eco-recreativo, lago de pesca, Zona de Camping, Zona Representativa del Cauca, Tu aporte al Parque, kiosco de eventos, plaza de comidas y Zona Recreativa. Los servicios de la zona de juegos tradicionales no se prestarán, debido a que no presentan gran aceptación entre los clientes potenciales.
- La marca de la futura empresa es DIVERTURA “DIVERSIÓN Y CULTURA” Su slogan: *Una nueva aventura por Vivir!*
- De acuerdo al trabajo de campo realizado, en la pregunta de intención de uso del Parque, es decir, la pregunta número 20, el 66% de la población Definitivamente iría, el 17% probablemente iría y el 1% tal vez si o no iría. Por lo tanto al hacer la proyección de la demanda teniendo en cuenta el número de visitas que realizarían los clientes potenciales de Divertura, se tendría una demanda suficiente para la creación de este Parque con una tendencia a incrementar año a año.
- Según la pregunta número 19 del cuestionario se puede concluir que es necesario integrar la parte recreativa y cultural del Cauca, puesto que si se pretende realizar solamente la última podría no tenerse suficiente demanda, puesto que el 83% de la población afirma que le gustaría encontrar una mezcla de los dos aspectos, al 16% sólo aspectos recreativos y al 1% sólo aspectos relacionados con la Cultura del Cauca.
- Los usuarios del Parque de Diversión y Cultura serán los habitantes de Popayán en el corto plazo pues son las personas que no cuentan con buenas alternativas de recreación en la ciudad, en el largo plazo, se busca

atraer a clientes nacionales e internacionales, no sólo con los servicios recreativos, sino con la opción cultural con la que cuenta el parque, para dar a conocer los atractivos turísticos del Departamento.

- Se presenta como una fortaleza para el Parque la carencia en Popayán de sitios de recreación que ofrezcan variedad de servicios como los que se piensa ofrecer, es decir, no se cuenta con competencia directa en la Ciudad.
- Los precios que el Parque Divertura ofrecerá a sus clientes son: \$ 10.000 para adultos y \$ 8.000 para niños con \$ 5.000 consumibles, con otras opciones para consumir internamente en los diferentes servicios.
- Dada la naturaleza del producto (servicio), la comercialización se realizará en las instalaciones de la futura empresa. Para atender al cliente, no se necesita de intermediarios, hay una relación directa entre la empresa y el cliente ya que el cliente está adquiriendo personalmente y de forma directa el servicio.
- Con el fin de mensualmente realizar actividades diferentes para mantener la filosofía de mejoramiento continuo en el Parque Divertura, es necesario crear un departamento de investigación y desarrollo.
- Por medio de una adecuada promoción se buscará atraer clientes que utilicen los servicios que ofrecerá Divertura, para lo cual se hará uso de la promoción de continuidad, marketing directo, relaciones públicas y publicidad con los medios radiales, televisión y la prensa de la ciudad.
- El presupuesto destinado para la promoción del Parque en su fase de inversión es de \$405.600 y en su fase de operación es \$18.672.360 para el primer año y \$17.472.360 para los siguientes.

## **CAPITULO III ESTUDIO TÉCNICO**

### **1. CAPACIDAD DEL PROYECTO**

La capacidad del proyecto estará determinada principalmente por la capacidad instalada del servicio de mayor preferencia por parte de los clientes (la granja interactiva), la cual es significativamente menor comparada con la demanda determinada en el estudio del mercado. Se ha utilizado esta estrategia puesto que los costos de inversión y operación son muy elevados para atender completamente la demanda de Divertura y además porque de esta manera se enfrentará a menos riesgo, incursionando organizadamente en segmentos de interés y analizando más al cliente para sí ofrecer un servicio con calidad y de manera oportuna ya que son servicios innovadores los que se quieren ofrecer.

La unidad de medida utilizada para determinar la capacidad del Parque es visitas/año, lo cual para efectos de este trabajo equivale también a boletas/año.

#### **1.1 VARIABLES DETERMINANTES DEL PROYECTO**

Con el fin de determinar el tamaño del proyecto, a continuación se analizan cada una de las siguientes variables:

##### **1.1.1. La dimensión y características del mercado**

La dimensión y características del mercado no es una variable determinante del tamaño del proyecto, debido a que no se calculará de acuerdo a la cantidad de clientes que están dispuestos a acceder a los servicios ofrecidos por el Parque,

puesto que el número de visitas que se podrán atender anualmente, tanto de niños como de adultos, es inferior a las determinadas en el estudio del mercado.

**Tabla 3.1: Utilización de la demanda**

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10	
	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	
<b>PROYECCIÓN DE LA DEMANDA (Visitas a Divertura)</b>	1.283.255	1.299.866	1.316.478	1.333.089	1.349.701	1.366.313	1.382.924	1.399.536	1.416.147	1.432.759	
<b>VISITAS NIÑOS</b>	22,30%	286.166	289.870	293.575	297.279	300.983	304.688	308.392	312.097	315.801	319.505
<b>Capacidad Instalada Niños</b>	83.491	83.491	83.491	83.491	83.491	83.491	83.491	83.491	83.491	83.491	83.491
<b>Porcentaje utilización de la demanda de niños</b>	29,18%	28,80%	28,44%	28,09%	27,74%	27,40%	27,07%	26,75%	26,44%	26,13%	
<b>VISITAS ADULTOS</b>	77,70%	997.089	1.009.996	1.022.903	1.035.810	1.048.718	1.061.625	1.074.532	1.087.439	1.100.346	1.113.254
<b>Capacidad Instalada Adultos</b>	290.909	290.909	290.909	290.909	290.909	290.909	290.909	290.909	290.909	290.909	290.909
<b>Porcentaje utilización de la demanda de adultos</b>	29,18%	28,80%	28,44%	28,09%	27,74%	27,40%	27,07%	26,75%	26,44%	26,13%	

Fuente: Propia de la investigación

Es importante tener en cuenta que esta variable si influye, pues fue de acuerdo al nivel de preferencia de los clientes que se determinó el servicio que limita la capacidad del Parque.

### 1.1.2. Costos de inversión y operación.

La variable determinante del tamaño del proyecto para el presente estudio son los costos de inversión y operación, puesto que después de haber realizado un análisis de ellos, se concluyó que son bastante elevados y que sería muy difícil el financiamiento del Parque con capacidad para atender la demanda determinada en el estudio del mercado.

### 1.1.3. Tecnología del proceso productivo

La tecnología a utilizar para el proceso productivo no se considera como factor limitante del tamaño del proyecto por que ésta se puede conseguir fácilmente en la región y sus alrededores, en la cantidad y calidad requerida por la organización.

#### **1.1.4. La disponibilidad de insumos y materiales**

Los insumos y materiales para la prestación del servicio son de fácil adquisición, por lo tanto estos factores no limitan el tamaño.

#### **1.1.5. La localización**

La localización no es limitante porque aunque se cuenta con un sitio ideal existen otras alternativas que lo podrían reemplazar.

### **1.2 PROGRAMACION PARA LA PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS**

El Parque Divertura abrirá sus puertas al público de martes a domingo y días festivos en el siguiente horario<sup>83</sup>:

Martes a jueves: 9:30 a.m. a 6:30 p.m.

Viernes a domingo y festivos: 8:30 a.m. a 7:30 p.m.

Horario en el cual los visitantes podrán acceder a todos los servicios que deseen. El servicio de la zona de camping y el kiosco de eventos tendrán horarios de acuerdo a las necesidades de los clientes.

A Divertura podrán acceder personas de todas las edades, pero los menores deberán ir acompañados de un adulto que se responsabilice de ellos. No se permitirá el ingreso de alimentos, armas, mascotas, ni bebidas alcohólicas.

El lunes (no festivo) no habrá atención al público, pues será el día de descanso de los empleados, si es necesario realizar arreglos o mantenimiento se podrán hacer en este día.

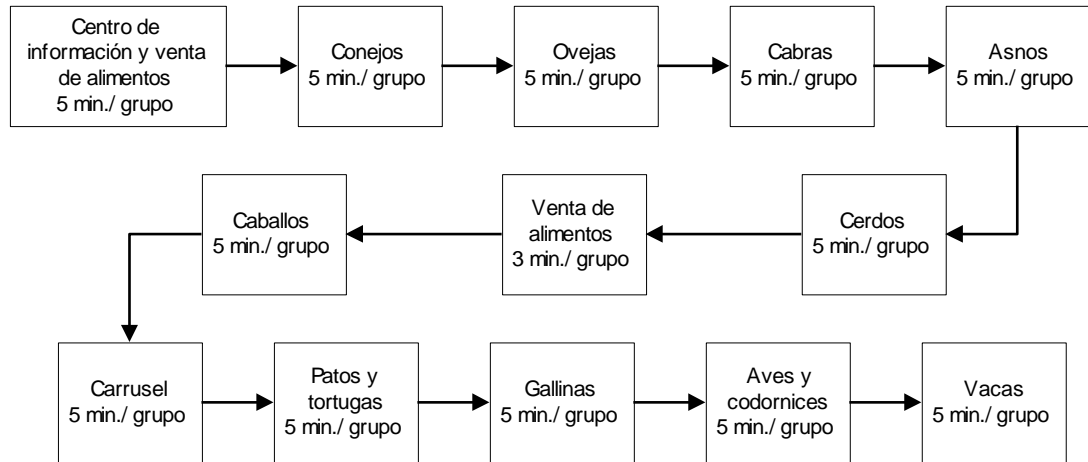
---

<sup>83</sup> Este horario fue establecido teniendo como referencia otras organizaciones que ofrecen servicios similares al Parque Divertura.

## 1.3 CAPACIDAD INSTALADA

### 1.3.1 Granja interactiva

**Figura 3.1: Estaciones de la granja interactiva**



Fuente: Propia de la investigación

La capacidad de producción se determina teniendo en cuenta que las personas interactúan con todos los animales de la granja (los alimenta, acaricia, entre otros) y no realizan actividades que requieran un costo adicional al precio pagado por la entrada a ella (\$1800), además de que el número máximo que puede ocupar cada estación es de 10 personas<sup>84</sup> cada 5 minutos, pues un número mayor podría provocarles estrés a los animales y el tamaño de cada cubículo es acorde para atender a ese número de personas.

#### **Capacidad de martes a jueves**

9 horas x 60 min = 540 min disponibles para atender cada día

540 / 5 min x recorrido= 108 recorridos

108 recorridos x 10 personas = 1.080 personas cada día

*Total capacidad de martes a jueves: 1.080 personas x 3 días = 3.240 personas*

<sup>84</sup> Investigación realizada por las estudiantes Maria Fernanda Vélez y Jenny Andrea Orozco en la materia Administración de la Producción.

### Capacidad de viernes a domingo

11 horas x 60 min = 660 min disponibles para atender cada día

600 min / 5 min x recorrido = 132 recorridos

132 recorridos x 10 personas = 1.320 personas cada día

*Total capacidad de viernes a domingo:* 1.320 personas x 3 días = 3.960 personas

**Total capacidad semanal = 3.240 personas + 3.960 personas = 7.200 personas**

**Tabla 3.2: Capacidad instalada de la granja interactiva**

Visitas a la semana <sup>85</sup>	Visitas al año <sup>86</sup>
7.200	374.400

Fuente: Propia de la investigación

Las personas pueden invertir dinero adicional al pagado por la entrada a la granja para disfrutar del carrusel y del ordeño de las vacas. Para el uso del carrusel se debe adquirir una boleta por \$ 800 que equivale a 5 minutos en él, mientras que para el ordeño de vacas se debe pagar por la cantidad de leche ordeñada durante 10 minutos, el precio de la botella de leche será \$ 1700, en el caso de que se ordeñe menor cantidad de leche, el precio será proporcional a la cantidad ordeñada.

La capacidad instalada para el ordeño es de 28 personas por vaca al día, las cuales se ordeñarán durante 15 minutos cada una, como son 4 vacas, la capacidad total será de 112 personas al día. Las vacas para ordeñar trabajarán durante 7 horas/día, ya que tendrán 2 horas de descanso de martes a jueves y 4 horas de descanso de viernes a domingo que serán repartidas durante todo el día de trabajo. La capacidad instalada para el carrusel de caballos es de 252 personas al día, teniendo en cuenta que se tienen 3 caballos y que cada persona estará 5 minutos en ellos. Los caballos trabajarán durante 7 horas/día, ya que tendrán 2

---

<sup>85</sup> Para efectos de estos cálculos no se tuvo en cuenta los días lunes festivo, los cuales harían que la capacidad instalada del Parque aumentara, por lo tanto se podrían atender más personas incrementándose así los ingresos. Lo anterior haría que el proyecto sea viable con mayor razón.

<sup>86</sup> Un año equivale a 52 semanas.

horas de descanso de martes a jueves y 4 horas de descanso de viernes a domingo que serán repartidas durante todo el día de trabajo

### **1.3.2 Lago de pesca**

El lago de pesca cuenta con 8 casetas con capacidad para 4 pescadores cada una. Como cada caseta va a estar separada por 1 metro de distancia, en este espacio se puede ubicar un cliente; es decir, que adicionalmente se pueden ubicar 7 clientes más entre ellas, todo lo cual suma un total de 39 clientes que van a constituir la capacidad instalada del lago.

De acuerdo a conversaciones con expertos en lagos de pesca, se determinó que una persona se demora pescando en promedio 3 horas, aunque este tiempo podría variar de acuerdo a los gustos y preferencias de cada visitante. Por lo tanto la capacidad instalada del lago será:

#### **Capacidad de martes a jueves**

9 horas disponibles para atender cada día

9 horas / 3 horas de pesca = 3 turnos cada día

3 turnos cada día x 39 personas cada turno = 117 personas cada día

*Total capacidad de martes a jueves:* 117 personas x 3 días = 351 personas

#### **Capacidad de viernes a domingo**

En estos días se calcula atender 3 turnos al día, teniendo en cuenta que algunas personas podrán demorarse un poco más de tiempo o menos.

11 horas disponibles para atender cada día

11 horas / 3 horas de pesca = 3 turnos cada día<sup>87</sup>

3 turnos cada día x 39 personas cada turno = 117 personas cada día

*Total capacidad de viernes a domingo:* 117 personas x 3 días = 351 personas.

**Total capacidad semanal = 351 personas + 351 personas = 702 personas**

---

<sup>87</sup> Las dos horas restantes podrán ser utilizadas por personas que deseen gastar más de 3 horas pescando.



**Tabla 3.3: Capacidad instalada del lago de pesca**

Visitas a la semana	Visitas al año
702	36.504

Fuente: Propia de la investigación

### 1.3.3 Lago eco-recreativo

Equipo	Cantidad	Número de personas	Total turno (personas)	Total Turno/hora (personas)	Total Semana Martes-Jueves	Total Semana Viernes-Domingo
BOTES X 2	3	2	6	18	486 <sup>88</sup>	594
BOTES X 4	2	4	8	24	648	792
BANCAS	5	3	15	15	405	495
<b>TOTAL</b>				42 <sup>89</sup>	1.134	1.386

Fuente: Propia de la investigación

#### NOTA:

El alquiler de los botes es de 15 minutos (la capacidad de los botes se calculo teniendo en cuenta que se toman 5 minutos para volver a embarcar y que empiece otro turno, por lo tanto en 1 hora hay tres turnos de alquiler de botes equivalentes a 45 minutos y por ende tres cambios de 5 minutos equivalentes a 15 minutos). Para las bancas se tuvo en cuenta que las personas permanecen en ellas por 1 hora.

<sup>88</sup> 18 personas x 9 horas = 162 personas al día

162 personas al día x 3 días = 486 personas.

<sup>89</sup> Quienes usen los botes tienen la posibilidad de utilizar las bancas

**Tabla 3.4: Capacidad instalada del lago eco-recreativo**

Visitas a la semana	Visitas al año
2.520	131.040

Fuente: Propia de la investigación

### **1.3.4 Zona de camping**

La zona de camping estará en capacidad de atender a 56 personas al día, ya que se tendrán 5 carpas para 6 personas, 5 carpas para 4 personas y 3 carpas para dos personas<sup>90</sup>, las cuales contarán con 6 metros a la redonda de espacio para la comodidad de los visitantes. Por lo tanto la capacidad instalada de la zona de camping será de:

**Tabla 3.5: Capacidad instalada de la zona de camping**

Visitas a la semana	Visitas al año
336	17.472

Fuente: Propia de la investigación

### **1.3.5 Zona recreativa**

#### **Canchas polideportivas**

En las canchas polideportivas se tendrá en cuenta que son dos canchas y que en cada una de ellas puede jugar 10 personas durante 1 hora ya sea en partidos de fútbol sala, baloncesto o voleibol, entonces:

#### **Capacidad de martes a jueves**

9 horas disponibles para atender cada día

9 horas/ 1 hora por turno = 9 turnos al día

9 turnos al día x 10 personas = 90 personas al día

---

<sup>90</sup> La explicación de las medidas de las carpas se encuentra en la Ingeniería del Proyecto, Servicio zona de camping.

*Total capacidad de martes a jueves: 90 personas x 3 días = 270 personas*

### **Capacidad de viernes a domingo**

11 horas disponibles para atender cada día

11 horas/ 1 hora por turno = 11 turnos al día

11 turnos al día x 10 personas = 110 personas al día

*Total capacidad de viernes a domingo: 110 personas x 3 días = 330 personas*

**Total capacidad semanal por cancha = 270 pns + 330 pns = 600 personas**

**Total capacidad semanal = 600 personas x 2 canchas = 1200 personas**

### **Cancha de voleyplaya**

Para este cálculo se debe tener en cuenta que en esta cancha pueden jugar 4 personas (2 a cada lado) durante una hora, por lo tanto:

### **Capacidad de martes a jueves**

9 horas disponibles para atender cada día

9 horas/ 1 hora por turno = 9 turnos al día

9 turnos al día x 4 personas = 36 personas al día

*Total capacidad de martes a jueves: 36 personas x 3 días = 108 personas*

### **Capacidad de viernes a domingo**

11 horas disponibles para atender cada día

11 horas/ 1 hora por turno = 11 turnos al día

11 turnos al día x 4 personas = 44 personas al día

*Total capacidad de viernes a domingo: 44 personas x 3 días = 132 personas*

**Total capacidad semanal = 108 personas + 132 personas = 240 personas**

## **Piscinas**

Para la capacidad instalada de la piscina tanto de adultos como de niños se tiene en cuenta que cada persona permanece durante 4.5 horas<sup>91</sup> en promedio en ella y que necesita de 1m<sup>2</sup> de espacio para desarrollar sus actividades<sup>92</sup>; por lo tanto:

### **Capacidad de martes a jueves**

9 horas disponibles para atender cada día

9 horas/ 4.5 horas por turno = 2 turnos al día

2 turnos al día x 405 personas<sup>93</sup> = 810 personas al día

*Total capacidad de martes a jueves: 810 personas x 3 días = 2.430 personas*

### **Capacidad de viernes a domingo**

11 horas disponibles para atender cada día

11 horas/ 4.5 horas por turno = 2 turnos al día<sup>94</sup>

2 turnos al día x 405 personas = 810 personas al día

*Total capacidad de viernes a domingo: 810 personas x 3 días = 2.430 personas*

**Total capacidad semanal = 2.430 personas + 2.430 personas = 4.860 personas**

La capacidad instalada de la zona recreativa la determina el uso de las piscinas, ya que según sesiones de grupo realizadas por las autoras del proyecto, las personas que van a piscinas (este servicio es más llamativo) generalmente no van a jugar a las canchas, mientras que las personas que van a las canchas si podrían ir a las piscinas.

---

<sup>91</sup> Tiempo estimado de acuerdo a sesiones de grupo realizadas con personas que van a piscina.

<sup>92</sup> La explicación de las medidas de las piscinas se encuentra en la Ingeniería del Proyecto, Servicio zona recreativa - piscinas.

<sup>93</sup> Como la piscina grande mide 325 m<sup>2</sup>, entonces caben 325 personas ya que cada una ocupa 1m<sup>2</sup> y la piscina pequeña mide 80m<sup>2</sup>, entonces caben 80 niños ya que cada uno ocupa igualmente 1m<sup>2</sup>; por lo tanto 325 + 80 = 405 personas

<sup>94</sup> Las 2 horas restantes podrán ser usadas por las personas que prefieran permanecer un tiempo más en las piscinas.

**Tabla 3.6: Capacidad instalada de la zona recreativa**

Visitas a la semana	Visitas al año
4.860	252.720

Fuente: Propia de la investigación

### **1.3.6 JUEGOS INFANTILES**

#### **Lona de brincos**

La lona de brincos puede atender a 5 niños cada 10 minutos, por lo tanto:

#### **Capacidad de martes a jueves**

9 horas x 60 min. = 540 min. disponibles para atender cada día

540 min/ 10 min por turno = 54 turnos al día

54 turnos al día x 5 personas = 270 personas al día

*Total capacidad de martes a jueves: 270 personas x 3 días = 810 personas*

#### **Capacidad de viernes a domingo**

11 horas x 60 min. = 660 min. disponibles para atender cada día

660 min/ 10 min por turno = 66 turnos al día

66 turnos al día x 5 personas = 330 personas al día

*Total capacidad de viernes a domingo: 330 personas x 3 días = 990 personas*

**Total capacidad semanal = 810 personas + 990 personas = 1.800 personas**

#### **Playground - Metro**

Este juego puede atender a 5 niños cada 10 minutos, por lo tanto:

#### **Capacidad de martes a jueves**

9 horas x 60 min. = 540 min. disponibles para atender cada día

540 min/ 10 min por turno = 54 turnos al día

54 turnos al día x 5 personas = 270 personas al día

*Total capacidad de martes a jueves: 270 personas x 3 días = 810 personas*

### **Capacidad de viernes a domingo**

11 horas x 60 min. = 660 min. disponibles para atender cada día

660 min/ 10 min por turno = 66 turnos al día

66 turnos al día x 5 personas = 330 personas al día

*Total capacidad de viernes a domingo: 330 personas x 3 días = 990 personas*

**Total capacidad semanal = 810 personas + 990 personas = 1.800 personas**

### **Casa club carnaval**

Este juego puede atender a 10 niños cada 15 minutos, por lo tanto:

### **Capacidad de martes a jueves**

9 horas x 60 min. = 540 min. disponibles para atender cada día

540 min/ 15 min por turno = 36 turnos al día

36 turnos al día x 10 personas = 360 personas al día

*Total capacidad de martes a jueves: 360 personas x 3 días = 1.080 personas*

### **Capacidad de viernes a domingo**

11 horas x 60 min. = 660 min. disponibles para atender cada día

660 min/ 15 min por turno = 44 turnos al día

44 turnos al día x 10 personas = 440 personas al día

*Total capacidad de viernes a domingo: 440 personas x 3 días = 1.320 personas*

**Total capacidad semanal = 1.080 personas + 1.320 personas = 2.400 personas**

### **Columpios**

Este juego puede atender a 3 niños cada 10 minutos, como se cuenta con 2 columpios se podrían atender 6 niños cada 10 minutos; por lo tanto:

#### **Capacidad de martes a jueves**

9 horas x 60 min. = 540 min. disponibles para atender cada día

540 min/ 10 min por turno = 54 turnos al día

54 turnos al día x 6 personas = 324 personas al día

*Total capacidad de martes a jueves: 324 personas x 3 días = 972 personas*

#### **Capacidad de viernes a domingo**

11 horas x 60 min. = 660 min. disponibles para atender cada día

660 min/ 10 min por turno = 66 turnos al día

66 turnos al día x 6 personas = 396 personas al día

*Total capacidad de viernes a domingo: 396 personas x 3 días = 1.188 personas*

**Total capacidad semanal = 972 personas + 1.188 personas = 2.160 personas**

### **Carrusel hexagonal**

Este juego puede atender a 6 niños cada 10 minutos, por lo tanto:

#### **Capacidad de martes a jueves**

9 horas x 60 min. = 540 min. disponibles para atender cada día

540 min/ 10 min por turno = 54 turnos al día

54 turnos al día x 6 personas = 324 personas al día

*Total capacidad de martes a jueves: 324 personas x 3 días = 972 personas*

#### **Capacidad de viernes a domingo**

11 horas x 60 min. = 660 min. disponibles para atender cada día

660 min/ 10 min por turno = 66 turnos al día

66 turnos al día x 6 personas = 396 personas al día

*Total capacidad de viernes a domingo: 396 personas x 3 días = 1.188 personas*

**Total capacidad semanal = 972 personas + 1.188 personas = 2.160 personas**

### **Balancines**

Este juego puede atender a 6 niños cada 10 minutos, como se cuenta con 2 balancines, entonces se podría atender a 12 niños cada 10 minutos; por lo tanto:

#### **Capacidad de martes a jueves**

9 horas x 60 min. = 540 min. disponibles para atender cada día

540 min/ 10 min por turno = 54 turnos al día

54 turnos al día x 12 personas = 648 personas al día

*Total capacidad de martes a jueves: 648 personas x 3 días = 1.944 personas*

#### **Capacidad de viernes a domingo**

11 horas x 60 min. = 660 min. disponibles para atender cada día

660 min/ 10 min por turno = 66 turnos al día

66 turnos al día x 12 personas = 792 personas al día

*Total capacidad de viernes a domingo: 792 personas x 3 días = 2.376 personas*

**Total capacidad semanal = 1.944 personas + 2.376 personas = 4.320 personas**

### **Inflable Tobogán Tigre Abajo**

Este juego puede atender a 8 niños cada 10 minutos, por lo tanto:

#### **Capacidad de martes a jueves**

9 horas x 60 min. = 540 min. disponibles para atender cada día

540 min/ 10 min por turno = 54 turnos al día

54 turnos al día x 8 personas = 432 personas al día

*Total capacidad de martes a jueves: 432 personas x 3 días = 1.296 personas*



### **Capacidad de viernes a domingo**

11 horas x 60 min. = 660 min. disponibles para atender cada día

660 min/ 10 min por turno = 66 turnos al día

66 turnos al día x 8 personas = 528 personas al día

*Total capacidad de viernes a domingo: 528 personas x 3 días = 1.584 personas*

**Total capacidad semanal = 1.296 personas + 1.584 personas = 2.880 personas**

### **Inflable Castillo Antiguo**

Este juego puede atender a 8 niños cada 10 minutos, por lo tanto:

### **Capacidad de martes a jueves**

9 horas x 60 min. = 540 min. disponibles para atender cada día

540 min/ 10 min por turno = 54 turnos al día

54 turnos al día x 8 personas = 432 personas al día

*Total capacidad de martes a jueves: 432 personas x 3 días = 1.296 personas*

### **Capacidad de viernes a domingo**

11 horas x 60 min. = 660 min. disponibles para atender cada día

660 min/ 10 min por turno = 66 turnos al día

66 turnos al día x 8 personas = 528 personas al día

*Total capacidad de viernes a domingo: 528 personas x 3 días = 1.584 personas*

**Total capacidad semanal = 1.296 personas + 1.584 personas = 2.880 personas**

De acuerdo a lo anterior y teniendo en cuenta que los niños acceden a todos los juegos, la capacidad instalada de la zona de juegos infantiles esta dada por los juegos que puede atender a menos niños (cuello de botella = Lona de brincos y playground - metropo); por lo tanto:

**Tabla 3.7: Capacidad instalada de los Juegos Infantiles**

Visitas a la semana	Visitas al año
1.800	93.600

Fuente: Propia de la investigación

### **1.3.7 Zona Representativa del Cauca**

La dimensión<sup>95</sup> determinada para la zona “C” será de 395.2 m<sup>2</sup>, divididos de manera equitativa para las diferentes zonas a presentar en el área, es decir que cada una tendrá el equivalente a 90 m<sup>2</sup> para su disposición; los restantes 35 m<sup>2</sup> serán utilizados para la ambientación del lugar por parte de la administración de DIVERTURA.

Después de consultar con expertos se concluyó que una persona al ingresar a la zona C debe contar con 1 m<sup>2</sup> para que haya una buena circulación, por lo tanto, se ha destinado 50 m<sup>2</sup> para que las diferentes zonas expongan sus Municipios, lo que quiere decir que por zona se tendrá un espacio para circular de 40 m<sup>2</sup>.

En los 40 m<sup>2</sup> se pueden albergar a 40 personas por zona, por lo tanto como son 4 zonas (Pacífica, Andina, Amazónica y Popayán), en total se pueden albergar a 160 personas en la Zona “C”.

Una persona puede tardar en promedio 20 minutos por exposición, lo que quiere decir que en el recorrido total se tardarían aproximadamente 1 hora y 20 minutos (80 minutos).

### **Capacidad de martes a jueves**

9 horas x 60 min. = 540 min. disponibles para atender cada día

540min / 80 min. por turno = 6 turnos día<sup>96</sup>

---

<sup>95</sup> Asesoría de Ing. Julián Osorio e Ing. Diego Felipe Acevedo.

<sup>96</sup> La hora restante podrá ser usada por las personas que prefieran permanecer un tiempo más en esta zona.

6 turnos al día x 160 personas = 960 personas al día

*Total capacidad de martes a jueves:* 960 personas x 3 días = 2.880 personas

### **Capacidad de viernes a domingo**

11 horas x 60 min. = 660 minutos disponibles para atender cada día

660 min. / 80 min. por turno = 8 turnos día<sup>97</sup>

8 turnos al día x 160 personas = 1.280 personas al día

*Total capacidad de viernes a domingo:* 1.280 personas x 3 días = 3.840 personas

**Total capacidad semanal = 2.880 personas + 3.840 personas = 6.720 personas**

**Tabla 3.8: Capacidad instalada de la zona representativa del Cauca**

Visitas a la semana	Visitas al año
6.720	349.440

Fuente: Propia de la Investigación

Se debe aclarar que los anteriores cálculos son una aproximación y están basados en asesorías con expertos en ingeniería civil, pero estarán sujetos a una investigación en profundidad que debe realizarse en la fase de inversión; donde se analice cada zona de acuerdo a la cantidad de atractivos turísticos que posea y a las ofertas que realicen los diferentes alcaldes o personas que deseen dar a conocer sus productos en Divertura.

### **1.3.8 Kiosco de eventos**

El kiosco de eventos cuenta con un área de 119 m<sup>2</sup>, en los cuales se puede albergar a 105 personas. Este cálculo se realizó teniendo en cuenta que de esa área se debe restar la destinada a la barra (8m<sup>2</sup>) y a los baños (6m<sup>2</sup>) y que cada persona necesita de 1m<sup>2</sup> para realizar sus actividades cómodamente; por lo tanto:  
Área disponible para usar = 119 m<sup>2</sup> - 8 m<sup>2</sup> - 6 m<sup>2</sup> = 105 m<sup>2</sup>

---

<sup>97</sup> Los 20 minutos restantes podrán ser usados por las personas que prefieran permanecer un tiempo más en esta zona.

Número de personas =  $105 \text{ m}^2 / 1 \text{ m}^2 = 105$  personas.

**Tabla 3.9: Capacidad instalada del kiosco de eventos**

Visitas a la semana	Visitas al año
630	32.760

Fuente: Propia de la investigación

### **1.3.9 Plaza de comidas**

La plaza de comidas cuenta con un área de  $311,65 \text{ m}^2$ , en los cuales se dispone de 23 mesas, cada una con capacidad para 4 personas. De acuerdo a observaciones realizadas por las autoras del presente proyecto, en promedio una persona podría tardar en la plaza de comidas  $1 \frac{1}{2}$  hora; por lo tanto:  $23 \text{ mesas} \times 4 \text{ personas} = 92$  personas durante  $1 \frac{1}{2}$  hora

#### **Capacidad de martes a jueves**

Se toma seis turnos de  $1 \frac{1}{2}$  hora cada uno.

$92 \text{ personas} \times 6 \text{ turnos} = 552 \text{ personas} / \text{ día}$

$552 \text{ personas} / \text{ día} \times 3 \text{ días} = 1.656 \text{ personas}$

*Total capacidad de martes a jueves: 1.656 personas*

#### **Capacidad de viernes a domingo:**

Se toma siete turnos de  $1 \frac{1}{2}$  hora cada uno<sup>98</sup>

$92 \text{ personas} \times 7 \text{ turnos} = 644 \text{ personas} / \text{ día}$

$644 \text{ personas} / \text{ día} \times 3 \text{ días} = 1.932 \text{ personas}$

*Total capacidad de viernes a domingo: 1.932 personas*

**Total capacidad semanal:**  $1.656 \text{ personas} + 1.932 \text{ personas} = 3.588 \text{ personas}$

---

<sup>98</sup> Sobra media hora que podría ser utilizada por personas que deseen gastar más del tiempo promedio.

**Tabla 3.10: Capacidad instalada de la plaza de comidas**

Visitas a la semana	Visitas al año
3.588	186.576

Fuente: Propia de la investigación

### 1.3.10 Capacidad instalada del Parque Divertura

**Tabla 3.11: Capacidad instalada de los servicios**

Servicio	Capacidad instalada (Visitas al año)
Granja Interactiva	374.400
Lago de Pesca	36.504
Lago Eco- recreativo	131.040
Zona de Camping	17.472
Zona Recreativa	252.720
Juegos Infantiles	93.600
Zona Representativa del Cauca	349.440
Kiosco de eventos	32.760
Plaza de Comidas	186.576

Fuente: Propia de la investigación

De acuerdo a los cálculos anteriores y teniendo en cuenta la preferencia de los servicios por parte de los clientes<sup>99</sup> se puede concluir que la Granja Interactiva es el servicio que determina la capacidad instalada de todo el Parque Divertura, ya que es el limitante (aunque hay servicios con menor capacidad)<sup>100</sup>, pues éste es el de mayor preferencia por parte de los clientes y es un servicio innovador, razones por las cuales la capacidad instalada del Parque sería:

<sup>99</sup> Pregunta No. 10 de la Investigación de Mercados.

<sup>100</sup> Aunque otros servicios como el lago de pesca, el lago eco-recreativo, la zona recreativa, entre otros, tienen una capacidad menor, estos no son los limitantes, debido a que su porcentaje de preferencia no es tan representativo como el de la granja interactiva, lo que lo hace ser el servicio que defina la capacidad instalada del Parque Divertura.

**Tabla 3.12: Capacidad Instalada del Parque Divertura**

Visitas a la semana	Visitas al año
7.200	374.400 <sup>101</sup>

Fuente: Propia de la investigación

#### 1.4 CAPACIDAD UTILIZADA

En cada uno de los años de operación del Parque Divertura se utilizará el 100% de la capacidad instalada del servicio de diversión y cultura, ya que la demanda es superior a la que realmente el Parque esta en capacidad de atender. Así entonces, la programación de la capacidad utilizada del Parque durante los años de vida del proyecto se presenta en la siguiente tabla:

**Tabla 3.13: Capacidad utilizada del Parque Divertura**

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Capacidad Instalada	374.400	374.400	374.400	374.400	374.400	374.400	374.400	374.400	374.400	374.400
Demanda	1.283.255	1.299.866	1.316.478	1.333.089	1.349.701	1.366.313	1.382.924	1.399.536	1.416.147	1.432.759
Porcentaje utilización de la demanda	29,18%	28,80%	28,44%	28,09%	27,74%	27,40%	27,07%	26,75%	26,44%	26,13%

Fuente: Propia de la investigación

Este número de visitas fue obtenido de acuerdo a la capacidad instalada de la granja interactiva, ya que este servicio limita la capacidad del Parque por ser innovador y de mayor preferencia por los clientes según la Investigación de mercados realizada. Además, aunque otros servicios como el lago de pesca, el lago eco-recreativo, la zona recreativa, entre otros, tienen una capacidad menor, estos no son los limitantes, debido a que su porcentaje de preferencia no es tan

<sup>101</sup> Un año equivale a 52 semanas.

representativo como el de la granja interactiva<sup>102</sup>, lo que lo hace ser el servicio que defina la capacidad utilizada del Parque Divertura.

---

<sup>102</sup> Pregunta No. 10 de la Investigación de Mercados.

## 2. LOCALIZACIÓN

### 2.1. MACROLOCALIZACIÓN

El Parque de Diversión y Cultura se ubicará en el Municipio de Popayán capital del Departamento del Cauca dado que esta localización satisface los factores que se tuvieron en cuenta para su determinación y se describen a continuación.

#### 2.1.1. Factores Determinantes de la Macrolocalización

- *Accesibilidad y cercanía al mercado objetivo de la empresa*, es decir a las familias de estratos 3,4 y 5.
- *Facilidades de acceso*. Popayán por ser la ciudad capital del Departamento del Cauca cuenta con buenas vías de acceso y por medio de su conexión a la vía panamericana<sup>103</sup> se conecta con el resto del país, permitiendo que las empresas de la región accedan a los recursos materiales y tecnológicos necesarios para el desarrollo de sus operaciones.
- *Calidad de servicios públicos*. Los servicios públicos (energía, agua, teléfono, Internet) de la capital del Departamento del Cauca se ofrecen de manera estable, con la calidad y en la cantidad requerida por la organización para la prestación de sus servicios.
- *Disponibilidad del recurso humano requerido*. La ciudad de Popayán por ser una ciudad universitaria<sup>104</sup> cuenta con profesionales en la cantidad y con el perfil requerido por el Parque para el ofrecimiento de sus servicios.
- *Confiabilidad y disponibilidad de los sistemas de apoyo*. Los sistemas de apoyo requeridos por la organización como bomberos, policía, hospitales, servicios

---

<sup>103</sup> Es una de las principales vías del país, y también pertenece a la red vial internacional.

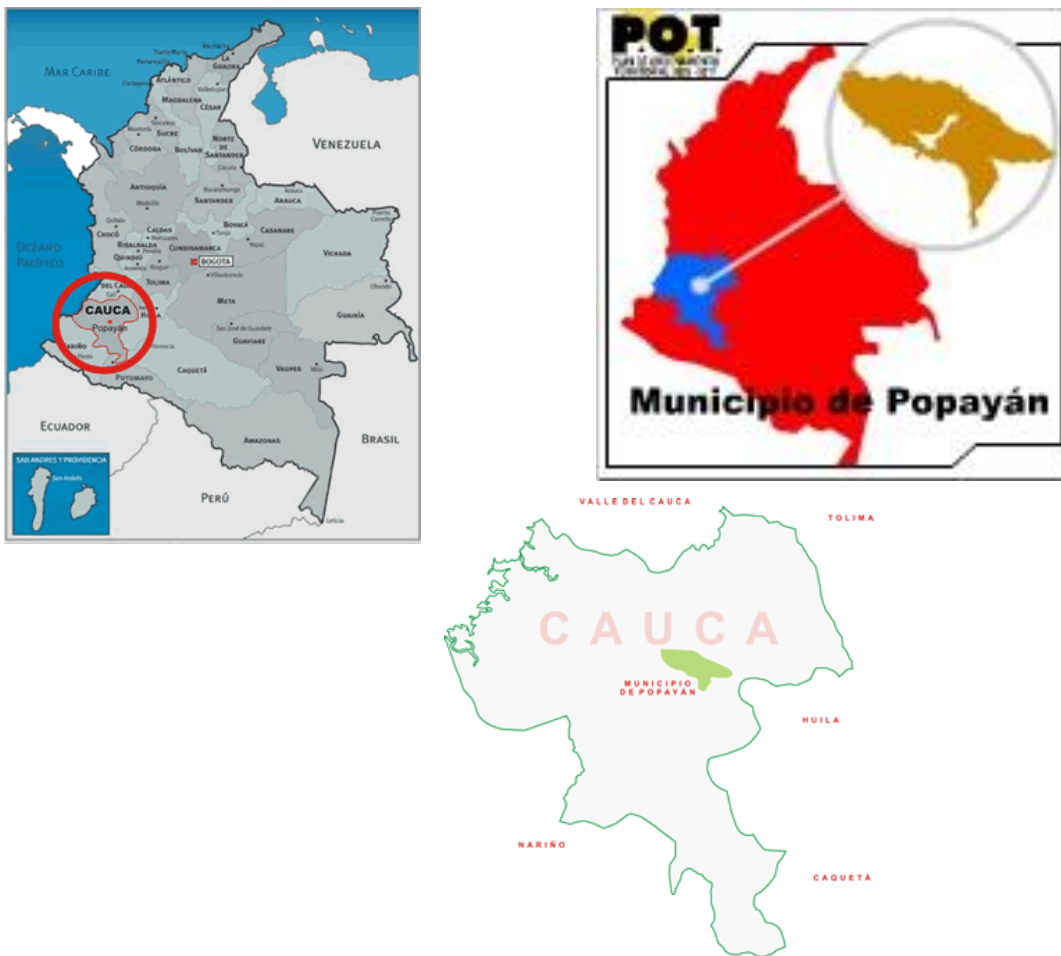
<sup>104</sup> El Municipio cuenta con gran cantidad de universidades las cuales forman profesionales con el perfil requerido por la organización.



- financieros, servicios de mantenimiento de equipos, transporte público, en la ciudad de Popayán son de fácil acceso, confiables y de calidad.
- *Seguridad.* El Municipio de Popayán es uno de los Municipios más seguros del Departamento del Cauca por ser la capital, ya que en él se encuentran concentradas las principales organizaciones de seguridad.

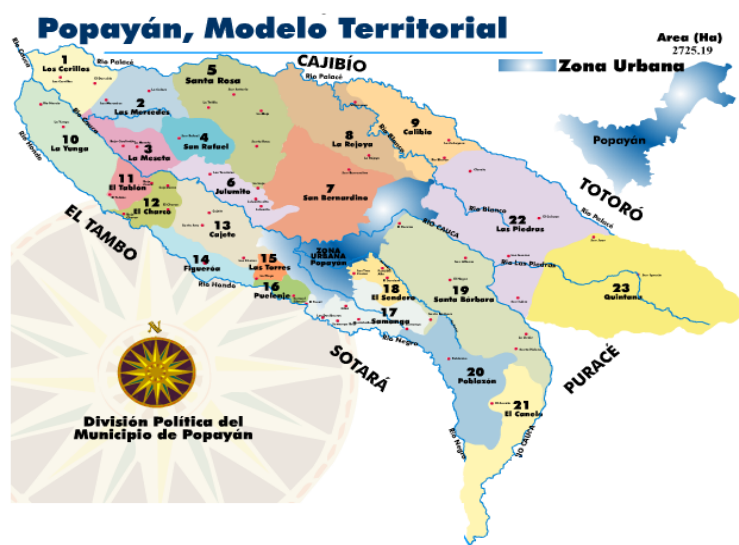
A continuación en las Figuras 3.2 y 3.3 se presentan los mapas de localización de la organización a nivel macro.

**Figura 3.2 Localización: Mapa referencial de ubicación del Departamento del Cauca.**



Fuente: [www.popayan.gov.co](http://www.popayan.gov.co)

Figura 3.3 Localización: Municipio de Popayán



Fuente: [www.popayan.gov.co](http://www.popayan.gov.co)

## 2.2. MICROLOCALIZACIÓN

Es necesario analizar bien la microlocalización del Parque de Diversión y cultura, puesto que el impacto tanto económico como social que podría generar la localización es definitivo, pues una vez seleccionado el lugar, no existe flexibilidad para tomar medidas correctivas.

### 2.2.1 Características de las zonas para escoger la microlocalización.

#### Localización urbana:

- Permite contar con mejores sistemas de transporte, tanto de materiales y productos como de empleados y operarios.
- Mejor mercado laboral: Entre más grande sea la ciudad, mejor será el mercado laboral y mayores las posibilidades de obtener la mano de obra especializada que requiere la empresa.
- Facilidades de mantenimiento

- Localización de las entidades financieras hecho que facilita la obtención de recursos financieros para la empresa.
- Servicios municipales: La existencia de servicios municipales, agua, luz, teléfono, recolección de basuras, alumbrado público, etc., en muchas ocasiones se constituye en determinante de la ubicación de una empresa.
- Las empresas de servicios, y en particular las de profesionales independientes, se ubican en las áreas urbanas, en las cuales es fácil contar con empresas de ingenieros, de arquitectos, de abogados, de contadores, de economistas, de administradores, agencias de empleo, entidades para el procesamiento electrónico de datos, consultores legales, tributarios, contables, etc.

#### **Localización rural:**

- Ofrece paz y quietud
- Menores restricciones de toda clase
- Cercanía a Ríos
- Altamente arborizado
- Pocas construcciones de vivienda
- Tierras económicas
- Mejores fuentes de agua no contaminada: El factor agua es esencial para la localización de la casi totalidad de proyectos. Algunas veces puede ser conveniente que la empresa se ubique lejos del área urbana, en donde exista una buena fuente de agua, generalmente no contaminada
- Mayor disponibilidad de terrenos: En la zona rural hay más disponibilidad de terrenos y, por ende, la tierra es más barata. Son mayores las posibilidades de escoger áreas grandes, de buenas formas y con buenas condiciones de suelos.
- Menores impuestos: Los impuestos son menores, pero al mismo tiempo son más reducidos los servicios disponibles. En la actualidad existen menores restricciones de toda clase, en particular las relacionadas con contaminantes del aire (humos, polvos, gases, etc.) y del agua, debido a que la concentración

de personas es más baja; sin embargo, esto cambiará con el tiempo porque cada día son mayores las acciones de protección del medio ambiente.

## **2.2.2 Criterios para la evaluación**

A continuación se establecen los criterios tanto imperativos como deseables que se tendrán en cuenta para realizar la evaluación de las alternativas de localización.

### **2.2.2.1 Criterios imperativos para la evaluación**

Los criterios con los cuales se realizará la evaluación y elección del lugar donde se localizará el Parque en la ciudad de Popayán son los siguientes:

- *Área mínimo de 2 hectáreas:* Esta debe ser la dimensión mínima del terreno a escoger<sup>105</sup>.
- *Facilidades de acceso:* Se debe contar con vías en buen estado, donde puedan circular vehículos pequeños. Este factor es importante ya que de él depende en gran parte la facilidad de acceso de la empresa para el cliente interno y externo.
- *Facilidades de transporte:* La zona debe contar con transporte público.
- *Disponibilidad de servicios públicos.* Para la prestación de los servicios de la organización es indispensable contar con servicios como energía, agua, teléfono, en la cantidad necesaria y a un precio accesible.
- *Disponibilidad de mano de obra.* El personal a contratar deber ser del Cauca.
- *Condiciones topográficas adecuadas.* El terreno debe ser apto para construir en él.
- *Seguridad del sector.* Es necesario que el lugar donde se ubicará la empresa sea seguro para la tranquilidad del cliente interno y externo de la organización y para la misma empresa.

---

<sup>105</sup> Esta es el área que ocupará el Parque y fue definida por las autoras del proyecto de acuerdo a asesorías con expertos y a los servicios que ofrecerá Divertura. Todas las alternativas escogidas cumplen con esta condición, por lo tanto no es tenida en cuenta para la evaluación de criterios imperativos.

### **2.2.2.2 Criterios deseables para la evaluación**

Los criterios deseables para la evaluación son:

- *Armonía del lugar.* Es importante que el sector y el lugar de ubicación de la organización sea agradable, limpio y tranquilo permitiendo que el cliente perciba una actitud positiva hacia la organización. El paisaje debe ser muy natural y ofrecer paz y quietud.
- *Costo del lote.* Entre más económico sea el lote mejor.
- *Facilidad de la consecución de permisos para construir:* De acuerdo al Plan de Ordenamiento Territorial debe ser un terreno destinado para la recreación.
- *Zona altamente arborizada*
- *Que pase un río por los alrededores del terreno.*
- *Pocas construcciones de vivienda.*

### **2.2.3 Alternativas de localización**

De acuerdo a lo anterior se establecieron 5 alternativas para la posible localización de Divertura, las cuales serán evaluadas teniendo en cuenta criterios imperativos (son aquellos que deben ser obligatorios, es decir, no se puede analizar una alternativa que no contenga todos los criterios de este tipo) y deseables (no existe obligatoriedad). Estas alternativas son un lugar en Cajete, la Rejoja, Calibio, el Cabuyo y el Tablazo.

En la tabla 3.14 se hace la evaluación de las 5 alternativas teniendo en cuenta los criterios imperativos.

**Tabla 3.14: CRITERIOS IMPERATIVOS  
EVALUACIÓN DE LA LOCALIZACIÓN**

CRITERIO	ALTERNATIVA1 CAJETE	ALTERNATIVA2 LA REJOYA	ALTERNATIVA3 CALIBIO	ALTERNATIVA4 EL CABUYO	ALTERNATIVA5 EL TABLAZO
<b>1. Área mínimo de 2 hectáreas</b>	Cumple	Cumple	Cumple	Cumple	Cumple
<b>2. Fácil acceso</b>	Cumple	No cumple	No cumple	Cumple	Cumple
<b>3. Transporte Público</b>	Cumple	Cumple	Cumple	Cumple	Cumple
<b>4. Disponibilidad de Servicios Públicos</b>	No cumple	No cumple	Cumple	Cumple	Cumple
<b>5. Disponibilidad de mano de Obra</b>	Cumple	Cumple	Cumple	Cumple	Cumple
<b>6. Condiciones topográficas adecuadas</b>	Cumple	Cumple	No Cumple	Cumple	Cumple
<b>7. Seguridad del sector</b>	Cumple	No Cumple	Cumple	Cumple	Cumple

Fuente: Propia de la investigación

Después de la anterior evaluación (criterios imperativos) se puede concluir que las alternativas que cumplen con todos los criterios son El Cabuyo y El Tablazo; por lo tanto entre estas dos opciones se debe realizar la elección definitiva, en la que se tendrán en cuenta los criterios deseables que se enuncian a continuación.

## 2.2.4 Evaluación

En la evaluación para la localización del Parque de Diversión y Cultura, se le dio un peso a cada criterio de acuerdo a su importancia. La calificación<sup>106</sup> dada a cada criterio en las opciones propuestas de ubicación es de uno a cinco, siendo uno la calificación menor y cinco la mayor. En la Tabla 3.15 se presenta la evaluación para la localización del Parque según los criterios deseables.

**Tabla 3.15: CRITERIOS DESEABLES  
EVALUACIÓN DE LA LOCALIZACIÓN**

CRITERIO	PESO	ALTERNATIVA EL CABUYO		ALTERNATIVA EL TABLAZO	
		Calificación	Total	Calificación	Total
<b>1. Armonía del Lugar</b>	0,10	3	0,3	4	0,4
<b>2. Costo del lote</b>	0,25	4	1,0	3	0,75
<b>3. Pocas construcciones de vivienda</b>	0,10	4	0,4	4	0,4
<b>4. Altamente arborizado</b>	0.15	4	0,6	4	0,6
<b>5. Cercanía a un río</b>	0.10	3	0,3	4	0,4
<b>6. Facilidad de permisos para construir (POT)<sup>107</sup></b>	0.30	3	0.9	5	1,5
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>		<b>3,50</b>		<b>4,05</b>

Fuente: Propia de la Investigación

<sup>106</sup> Los porcentajes y las calificaciones dadas a cada una de las opciones de la localización fueron analizadas en consenso por las autoras del proyecto y 2 miembros del Club de Ciclomontañismo Los Amigos, los cuales se consideran como expertos, ya que además de ser ingenieros conocen muy bien las zonas tanto rurales como urbanas del Municipio de Popayán. (Ing. William Galvis y Ing. Julio César Aguilar).

<sup>107</sup> Se ha dado un peso significativo al Plan de Ordenamiento Territorial POT puesto que de acuerdo a la destinación que tengan estos terrenos en él, se tendrá la facilidad o no de permisos para construir.

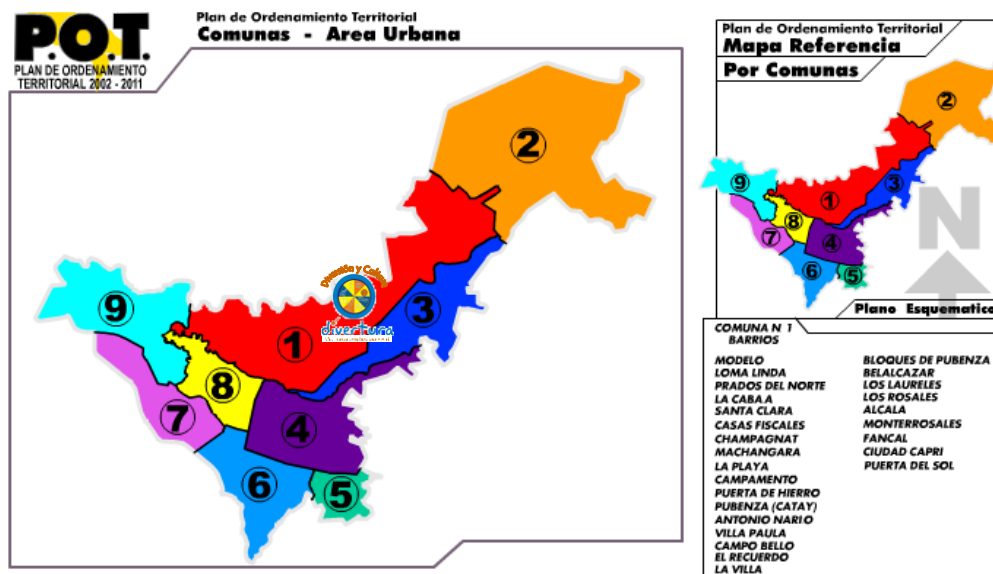
Fuente: Secretaría de Planeación Municipal, Acuerdo 006 de 2002 de las normas del POT, Acuerdo 007 del Centro histórico de Popayán.

Finalmente se puede concluir que la alternativa que tiene una mayor calificación es El Tablazo (4.05), por esto se tomó la decisión de construir el Parque Divertura en este sitio. Igualmente se cuenta con la certeza de que se conseguirán fácilmente los permisos para construir, puesto que dentro del POT el sitio donde está ubicado el terreno hace parte de la Comuna 1, lugar destinado para el esparcimiento y la recreación.

De presentarse algún inconveniente con la consecución de estos terrenos se tendrá como opción la alternativa del Cabuyo ó en su defecto alguna de las otras alternativas evaluadas.

La alternativa el Cabuyo cumple con todos los criterios imperativos y deseables, tenidos en cuenta para la elaboración del proyecto.

**Figura 3.4: Municipio de Popayán, Comuna 1, Campo Bello**



Fuente: [www.popayan.gov.co](http://www.popayan.gov.co)

El Parque de diversión y cultura *DIVERTURA* estará ubicado en la comuna 1 entre el sector de campo bello y del tablazo.



### **2.2.5 Características de la localización escogida – El Tablazo**

El Parque de Diversión y Cultura, Divertura, estará ubicado en la loma el tablazo en el lote No 2 A con una extensión de 15.000 hectáreas, de propiedad de la señora Josefina Hubachi Valencia<sup>108</sup>.

El área a utilizar de dicho lote es de 2 hectáreas, área que se ha definido de acuerdo al tamaño de los diferentes servicios a ofrecer, es decir, de acuerdo a la infraestructura.

La ubicación de este lote es favorable para la implementación del proyecto puesto que además de cumplir con todos los criterios tanto imperativos como deseables determinados, se encuentra ubicado en el casco urbano del Municipio de Popayán en la Zona Norte y posee facilidad de expansión al poseer diversas zonas a su alrededor.

El costo de transporte de materias primas y de mano de obra se reduce gracias a la cercanía y a las amplias vías que este posee.

Según el Plan de Ordenamiento Territorial este terreno es apto para la ubicación de Parques y/o zonas recreativas, factor importante para la construcción del Parque.

El lugar donde se encuentra esta alternativa es adecuada para lo que se busca conseguir con el proyecto, si tenemos en cuenta que cerca a este se encuentra la vía Panamericana y el aeropuerto lo que facilitaría el acceso por parte de los visitantes y turistas; locales, Nacionales y extranjeros en un futuro.

Otra ventaja significativa de esta alternativa es que posee la infraestructura suficiente para facilitar los sistemas de comunicación como Internet y fax, redes de gran importancia con las que no cuentan las otras alternativas planteadas para la

---

<sup>108</sup> Fuente: Agustín Codazzi- Popayán.

localización del proyecto ya que son ubicaciones rurales y no cuentan con estos beneficios.

La principal desventaja es el costo del terreno, puesto que de las alternativas analizadas esta es la más costosa (\$250.000.000 hectárea) pero igualmente cumple con la mayoría de los criterios tanto imperativos como deseables, es por esto que se deben buscar medios en el estudio financiero para solventar este costo.

- **Ubicación geográfica<sup>109</sup>**

**Figura 3.5: Lote para la ubicación de DIVERTURA**



Fuente: Propia de la investigación

Limita por el sur con el margen derecho del río Cauca frente al seminario conciliar, pasando por el puente nuevo hasta llegar al puente viejo sobre el río Cauca, por el occidente con la transversal 7ª, la calle 51N, la carrera 9ª y la calle 48N hasta llegar a la quebrada el Tablazo, por el norte limita con esta misma quebrada hasta llegar al limite con el perímetro urbano y por el occidente siguiendo el perímetro hasta llegar al punto de partida con el río Cauca.

- **Condiciones del medio ambiente natural**

Las condiciones del Medio Ambiente Natural del sector donde estará ubicado DIVERTURA no presentan contaminación, pues aledaño a este sector no se

---

<sup>109</sup> La anterior ubicación se ha obtenido del documento técnico # 2 del Plan de Ordenamiento Territorial. Plan parcial del desarrollo de los terrenos de la hacienda Belalcázar.

encuentra ninguna fábrica, empresa o industria que maneje desperdicios y que pueda contaminar la zona.

A sus alrededores, en la parte sur se puede encontrar el sector residencial de Campo Bello y al norte barrios como Canterburi, Antigua y El Tablazo. Esta última, es la empresa que presta el servicio de Acueducto y Alcantarillado para la ciudad de Popayán, la cual no se encuentra identificada como empresa contaminadora, ya que actualmente adelanta procesos que le permitan ofrecer un servicio de calidad para la ciudadanía.

En cuanto a los barrios cercanos a la zona se puede decir que cuentan con servicios que les permiten vivir en un sector libre de contaminación y de interacción con la naturaleza.

- **Descripción del paisaje natural.**

La zona en la que estará ubicado DIVERTURA no posee grandes características naturales que puedan ser afectadas por la construcción del Parque.

La Hacienda Belalcázar es un sector que ha sido destinado al pastoreo del ganado (Figura 3.6) y al engorde de los lotes (Figura 3.7), pues por mucho tiempo han estado encerrados sin tener destino alguno y por el contrario se han ido valorizando, lo que ha incrementado su precio al momento de querer adquirirlos.

**Figura 3.6: Ganado de la zona**



Fuente: Propia de la investigación

La única actividad para la cual han sido facilitados los terrenos es para el desarrollo de la competencia de cometas, que es una actividad realizada en el verano en la que participan las familias payanesas que salen el último domingo del mes de agosto a participar del evento.

**Figura 3.7: Lote de la hacienda**



Fuente: Propia de la investigación

La anterior actividad busca que la familia payanesa se integre con este tipo de actividades, que le brinda a la vez esparcimiento, por esta razón el sector también ha sido denominado Loma de las Cometas.

En cuanto a la ambientación del sector (Figura 3.8) se puede encontrar una gran cantidad de árboles que en el verano y en otras estaciones del año le dan especial colorido por las flores que retoñan de sus ramas; estos árboles son los guayacanes<sup>110</sup>, que provienen de la familia Cigofiláceas, crece hasta unos 12 metros de altura con tronco grande, corteza dura y gruesa, hojas persistentes y pareadas, flores de color blanco azulado y producto capsular y camoso; su madera es muy dura y se emplea en ebanistería y en la construcción de máquinas.

---

<sup>110</sup> Árbol de hojas persistentes, apreciado por su madera del mismo nombre, y por sus extractos.

**Figura 3.8: Árboles de Guayacanes**



Fuente: Propia de la investigación

Se puede adicionar que este sector es bordeado por la antigua vía panamericana, principal arteria que comunica al Departamento del Cauca con Nariño y el sur del Continente.

Como se puede ver la descripción del paisaje natural es muy simple, pues el terreno en su mayoría es plano, sin grandes ondulaciones o precipitaciones que puedan influir en la construcción del Parque.

Adicional a lo anterior se puede concluir que debido a la actividad que se ha venido desarrollando en los últimos años, se ha designado a esta área como un sitio óptimo para la construcción de un centro o Parque recreativo.

- **Usos del suelo**

El suelo donde estará construido DIVERTURA, es un terreno plano cubierto por pasto, que es el alimento del ganado que lo recorre.

El terreno (Figura 3.9) como se comentaba anteriormente no posee inclinaciones representativas que hagan variar su composición, por el contrario, de acuerdo a expertos las características poseídas por la zona, facilitan la construcción y

posterior levantamiento de estructuras o las respectivas excavaciones necesarias para la ubicación de los diferentes servicios del Parque.

**Figura 3.9: Forma del suelo de la zona**



Fuente: Propia de la investigación

- **Red vial**

En el caso de la vía que bordea al sector donde se ubicaría el Parque (Figura 3.10), se puede decir que se encuentra en muy buen estado, pues esta es la antigua panamericana que atraviesa la ciudad de sur a norte y es en ella donde se ha construido el eje de desarrollo de la ciudad.

**Figura 3.10: Antigua vía panamericana frente al lote**



Fuente: Propia de la investigación

Lo anterior es importante porque del estado de las vías en una ciudad dependen las actividades sociales y económicas de una población, su desarrollo y comunicación con otros Municipios y el resto del país.

- **Facilidades de transporte**

El flujo de transporte de la ciudad se encuentra sectorizado en cinco zonas, teniendo en cuenta las horas pico.

Dentro del casco urbano el servicio de transporte lo prestan los buses y microbuses, correspondientes a 10 empresas las cuales cubren un total de 38 rutas, 16 para buses y 22 para microbuses; cuenta con un Parque automotor de 217 buses, 266 microbuses y 972 taxis; un movimiento anual de 41.247 pasajeros de buses y 37.921 de microbuses (Figura 3.11).

**Figura 3.11: Ilustración del servicio público de la zona**



Fuente: Propia de la investigación

La comuna 1 donde se ubicará a DIVERTURA tiene el servicio de microbús, ofrecido por diferentes empresas en varias rutas y cuenta con el servicio de bus en una sola ruta.

Lo anterior se presenta debido a que la zona aunque es residencial es un poco despoblada<sup>111</sup> y las personas que la habitan pertenecen a un estrato medio-alto, lo que se traduce en que poseen su medio de desplazamiento privado.

Aunque el flujo de transporte público no es masivo el movimiento vehicular se da, debido a las características antes planteadas de la antigua vía Panamericana.

---

<sup>111</sup> Característica no negativa, pues de acuerdo a la investigación de mercados realizada en el proyecto, la ciudadanía desea un sitio cercano, pero que le permita al mismo tiempo la interacción con la naturaleza y le ofrezca seguridad.



### 3. INGENIERÍA DEL PROYECTO

#### 3.1 SERVICIO

El Parque Divertura está conformado por un área<sup>112</sup> de 20.000 m<sup>2</sup> de los cuales 8.964,55 m<sup>2</sup> están distribuidos en los diferentes servicios a ofrecer, 431,32 m<sup>2</sup> forman los senderos y 10.604,13 m<sup>2</sup> corresponden a zonas verdes. En la tabla 3.16 se muestran las dimensiones del Parque en general y las dimensiones de cada servicio.

**Tabla 3.16: Áreas de los Servicios de Divertura**

<b>Servicio</b>	<b>Área<sup>113</sup> (m<sup>2</sup>)</b>
Granja Interactiva	960
Lago de Pesca	378
Lago Eco- recreativo	700
Zona de Camping	900
Tu aporte al Parque	223,4
Zona Recreativa	3.453,1
Juegos Infantiles	218,9
Zona Representativa del Cauca	395,2
Kiosco de eventos	119
Plaza de Comidas	311,65
Parqueadero	1.005,3
Zona Administrativa	300
Senderos	431,32
Zonas Verdes	10.604,13
Total área Construida	8.964,55
<b>Total área Parque Divertura</b>	<b>20.000</b>

Fuente: Propia de la investigación

<sup>112</sup> Área definida por las autoras del proyecto de acuerdo a asesorías con expertos y a los servicios ofrecerá el Parque Divertura.

<sup>113</sup> El área de cada uno de los servicios se estableció teniendo en cuenta la observación realizada por las autoras del proyecto en sitios que ofrecen servicios similares a los del Parque y por la asesoría con expertos.

A continuación se hará una descripción de cada uno de los servicios que se ofrecerán:

### 3.1.1 Granja interactiva<sup>114</sup>

La granja estará construida de manera artesanal, su edificación en gran parte estará hecha en guadua y madera, delimitada con arbustos y malla, para lo cual se contará con un área de 960 m<sup>2</sup> es decir, 30m x 32m. Al llegar el visitante a la granja se encontrara en primera medida con un centro de información, donde se les entregará un folleto con el recorrido que se pueda realizar en ella; en este mismo sitio también se encontrará un punto de venta de alimentos para que los visitantes los adquieran a precios asequibles y así puedan tener un mayor contacto con los animales, se venderá alimentos para los conejos, ovejas, cabras, asnos y cerdos. En la mitad del recorrido se encontraran con otro punto de venta donde se conseguirán los alimentos para las vacas, cerdos, caballos, patos, tortugas, gallinas, aves y codornices. Además se ofrecerá el servicio de ordeño, disfrutar del carrusel, y venta de productos como huevos, entre otros.

#### Dimensiones internas de la granja

**Tabla 3.17: Dimensiones de la granja interactiva<sup>115</sup>**

<b>SEMOVIENTES</b>	<b>INSTALACIONES</b>
Vacas y toros	De 20m de largo por 4m de ancho, en guadúa y techo en hoja de cartón, con 4 comederos y 4 bebederos en plástico.
Yeguas y caballos	El suelo drenado, nivelado en tierra y encima paja, las paredes van a ser en una madera resistente, un recipiente para grano y un bebedero, las dimensiones son de 8 m por 4m.
Asnos	Será de 6m por 3m, las paredes estarán construidas en guadua.

<sup>114</sup> Para definir el tipo de animales a tener en la granja se tomo como referencia el Parque Yakú, asesorías con expertos y estudios realizados por alumnas de Administración de la Producción (Maria Fernanda Vélez y Yenny Andrea Orozco.)

<sup>115</sup> Las dimensiones de la granja se establecieron de acuerdo a asesorías con expertos y observación en Yakú.

<b>SEMOVIENTES</b>	<b>INSTALACIONES</b>
Cerdos	Será de 6m de largo por 3m de ancho, las paredes serán en guadua y el piso en concreto al igual que los comederos y los bebederos son de chupo.
Cabras	Las paredes en madera, la cama de cisgo, las medidas serán de 6m por 3m, los bebederos se harán con baldes de plástico, Los comederos en concreto.
Ovejas	Serán hechos en guadua con 4 bebederos en plásticos, 4 comederos en concreto, la medida de 6m por 3m.
Conejos	6 jaulas de treinta (30) centímetros de alto, ½ metro de ancho y ½ metro de largo equipada con bebedero, y comedero, espacio de 6m por 3m.
Gallinas	Nidales de postura, comederos y bebederos, en aluminio, Esta jaula estará dentro de un cubículo de 4m por 2m.
Codornices	Jaulas metálicas, medidas, una altura de 1m a 1.50m del suelo. De ancho debe tener 50cm y 90 cm. largo
Aves Ornamentales	Jaulas que dispongan de bebederos y comederos, de forma rectangular con piso de plástico y alambres de metal, el techo puede ser ligeramente convexo, 1.30m de largo, 2 m de ancho y 3m de alto.
Patos	Construidas en madera con camas de viruta, los comederos en madera, y deben contar con un estanque.
Tortugas	Encierro de 8m largo y 4m de ancho, la profundidad del estanque puede ser de 1.50m. El piso debe ser de un material suave como la arena y arcilla sin piedras.

Fuente: Propia de la investigación

### 3.1.2 Lago de pesca

La construcción de lago de pesca se realizará en un área total de 378 m<sup>2</sup> (21m x 18m), distribuida entre:

- ❖ **Lago de pesca:** Tendrá un tamaño de 250m<sup>3</sup> (largo 12.5m; ancho 8m; profundidad 2.5m), con capacidad para albergar 2.000 peces, de tres diferentes especies, estratégicamente seleccionadas con el fin de

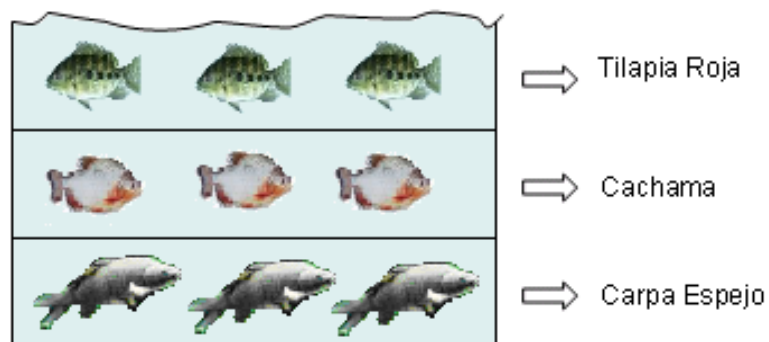
aprovechar la totalidad del espacio del lago de pesca, así como de los alimentos suministrados a los peces. Para ello se deberá comprar en el mercado los siguientes tipos de semilla alevina:

**1000 unidades de Tilapia roja:** Esta especie habita en la superficie del agua.

**500 unidades de Cachama:** La cachama habita las zonas medias en el agua.

**500 unidades de Carpa espejo:** Este pez vive en las zonas más profundas en el agua.

**Figura 3.12: Ubicación de los peces en el lago**



Fuente: Propia de la investigación

- ❖ **Casetas:** Para su construcción se destinará un área de 56 m<sup>2</sup> alrededor del lago. Cada caseta tendrá un tamaño de 3m de largo por 2m de ancho, con una altura de 2m y un espacio de 1m entre cada caseta. Dentro de las mismas se construirá una banca en cemento que tendrá un tamaño de 50cm de ancho por 2.50 m de largo. De igual manera se adecuará una pequeña mesa auxiliar construida también en cemento, que se ubicará en el centro de la caseta cuya parte superior tendrá medidas de 75cm de diámetro por 5cm de espesor, la cual estará sostenida por un pilar de 15 cm. de diámetro por 80cm de altura. Las cuatro columnas de las casetas se

construirán en cemento y tendrán un diámetro de 15cm y una altura de 2m.

Con el fin de que las casetas sean agradables a la vista y que por consiguiente proporcionen un ambiente ameno, las columnas, la banca y la mesa auxiliar se pintarán de color azul aguamarina.

La cantidad total de casetas será de 8 y estarán ubicadas alrededor del lago a 1m de distancia.

- ❖ **Cabaña:** A la entrada del lago de pesca estará ubicada una cabaña de alquiler de cañas de pesca, venta de carnada y alimentos y bebidas para el consumo de los clientes. En este mismo lugar se prestarán los baldes para depositar los peces y se realizara el pesaje y facturación de la pesca realizada.

El tamaño de la cabaña será de 4 m de ancho por 4 m de largo y 2 m de altura.

Dentro de la cabaña se deben ubicar algunos elementos necesarios que le permitan llevar a cabo sus actividades, estos son: Una caja registradora; una pesa; una silla; un escritorio; implementos para el aseo del lago y del baño (malla, escoba, trapeador, jabón en polvo, desinfectante, cepillo para pisos) y para la alimentación de los peces; una caneca para la ubicación de las cañas; una atarraya; una papelera; bolsas plásticas para el empaqueo de los peces y papel para la facturación.

- ❖ **Baño Público:** A un lado de la cabaña estará ubicado un baño publico, que tendrá un tamaño de 4m<sup>2</sup> y 2.20m de altura, construido en ladrillo y cemento, enchapado con azulejo y con techo en termoacustic rojo; dentro del cual se instalará el respectivo sanitario con sus accesorios, el

lavamanos con sus accesorios, las respectivas incrustaciones, una toalla, un dispensador de jabón líquido, una canastilla y un espejo de 50cm por 30cm.

Alrededor del servicio de pesca deportiva se sembrarán pinos que tendrán una altura de máximo 70 cm, para que el cliente pueda observar el paisaje natural del Parque y los otros servicios que este ofrece. Para esta labor se deben sembrar 3 pinos por metro, en un total de 78 m que es la distancia total que rodea al lago.

Como un elemento decorativo, en el centro del lago se adecuará una manguera con un dispensador, que dé la impresión de una fuente.

### **3.1.3 Lago eco-recreativo**

El lago eco-recreativo tendrá un área de 700 m<sup>2</sup> es decir 17.5 m x 40 m, los cuales serán distribuidos de la siguiente manera: para el lago se dispuso de 12.5 m x 37.5 m x 1.5 m, el restante será destinado a las palmeras que estarán a la orilla del lago, a las sillas y al sendero. El lago contará con 3 botes para 2 personas y 2 botes con capacidad para cuatro personas, además de 5 sillas con cupo para 3 personas cada una.

### **3.1.4 Zona de camping**

La zona de camping cuenta con un área de 900 m<sup>2</sup> que se destinarán a la instalación de 13 carpas (3 con capacidad para 2 personas de 1.5m x 2m, 5 con capacidad para 4 personas de 2m x 2m y 5 con capacidad para 6 personas de 3m x 2m) cuando el cliente lo requiera. Estas carpas están disponibles para ser alquiladas en caso de que los clientes no tengan o no lleven su carpa para campar.

Estas carpas se ubicaran cada 6m a la redonda una de la otra con el fin de permitir la libre movilidad y comodidad de los huéspedes.

### **3.1.5 Tu aporte al Parque**

Comprende un área asimétrica de 223,40 m<sup>2</sup> conformada por pinos y piedras de diferentes tamaños, al igual que un mural en guadua, donde los clientes pueden tallar sobre él, es decir, que en este sitio se pueden escribir sobre guadas, pintar sobre las piedras, sobre papel, etc. igualmente se tendrá una zona plana donde se instalarán 20 mesas de madera, y 20 bancas largas. Además, esta zona contará con un recreacionista encargado de desarrollar actividades lúdicas con niños y adultos que deseen pasar un rato agradable para salir de la rutina.

### **3.1.6 Zona recreativa**

La zona recreativa cuenta con un área de 3453,1m<sup>2</sup>, repartidos entre 2 canchas polideportivas donde se podrá jugar fútbol sala, baloncesto y voleibol, una cancha de voleyplaya, espacio libre para la adecuación de Muro de escalda, tarima de aeróbicos, barras de ejercicios, entre otros, una piscina para grandes y una para niños, la recepción y zonas verdes.

Las canchas polideportivas ocuparán un área de 445,52 m<sup>2</sup> (19,37m x 11,5m cada una), la cancha de voleyplaya tendrá un área de 205,1 m<sup>2</sup> (16.95m x 12.1m) y el espacio libre para la adecuación de otros deportes será de 79.1 m<sup>2</sup> (10m x 7,91m).

Las piscinas contarán con un área de 725 m<sup>2</sup> (29m x 25m), distribuida en una piscinas para grandes de 405m<sup>3</sup> (25m x 12m x 1.2m en un lado y en el otro 1.5m) una pequeña de 24m<sup>3</sup> (5m x 8m x 0.60m), y el resto del área repartida en duchas, baños, vestiers y un lugar para el alquiler de implementos de natación y guardar las pertenencias de los usuarios.

La zona de recepción de los clientes ocupará 50m<sup>2</sup> (10m x 5m), en los cuales se ubicará la taquilla.

El resto del área (1.948,38m<sup>2</sup>) de la zona recreativa no se utilizará en construcciones ya que se destinará a zonas verdes, haciendo posible que los

clientes puedan practicar los diferentes deportes sin molestar a los demás visitantes.

### 3.1.7 Zona de juegos infantiles

Esta zona tendrá un área de 218,9m<sup>2</sup> en forma circular con un diámetro de 8,35 m, en la cual se encontrarán gran cantidad de juegos que llamarán la atención de los niños, ellos son:

**Tabla 3.18: Dimensiones de los juegos infantiles**

JUEGOS	DIMENSION
Lona de brincos	2.5m x 2.5m
Playground-Metropo	3.2m x 2.4 m
Casa club carnaval	6.3m X 5.2m X 3.65m
Columpios de 3 puestos (2)	4.5 m X 2 m
Carrusel hexagonal	Diámetro: 2m
Balancín de 6 puestos (2)	2m X 3m
Juegos Inflables: Tobogán tigre abajo	5m x 2.5m
Juegos Inflables: Castillo antiguo	5m x 2.5m

Fuente: Propia de la investigación

El área sobrante se destinará a zonas verdes y a caminos para trasladarse de un juego a otro, además de una distancia prudente para poder disfrutar de cada uno con tranquilidad y comodidad.

### 3.1.8 Zona representativa del Cauca

La zona representativa del Cauca o Zona “C” de DIVERTURA será un espacio de 395.2 m<sup>2</sup> destinados a promocionar el turismo del Departamento del Cauca.

Como se explicó en el estudio de mercados esta área ha sido denominada como zona “C”, debido a que si es observada desde el aire se podrá identificar claramente una “C”, que indica la primera letra del Departamento del Cauca pues

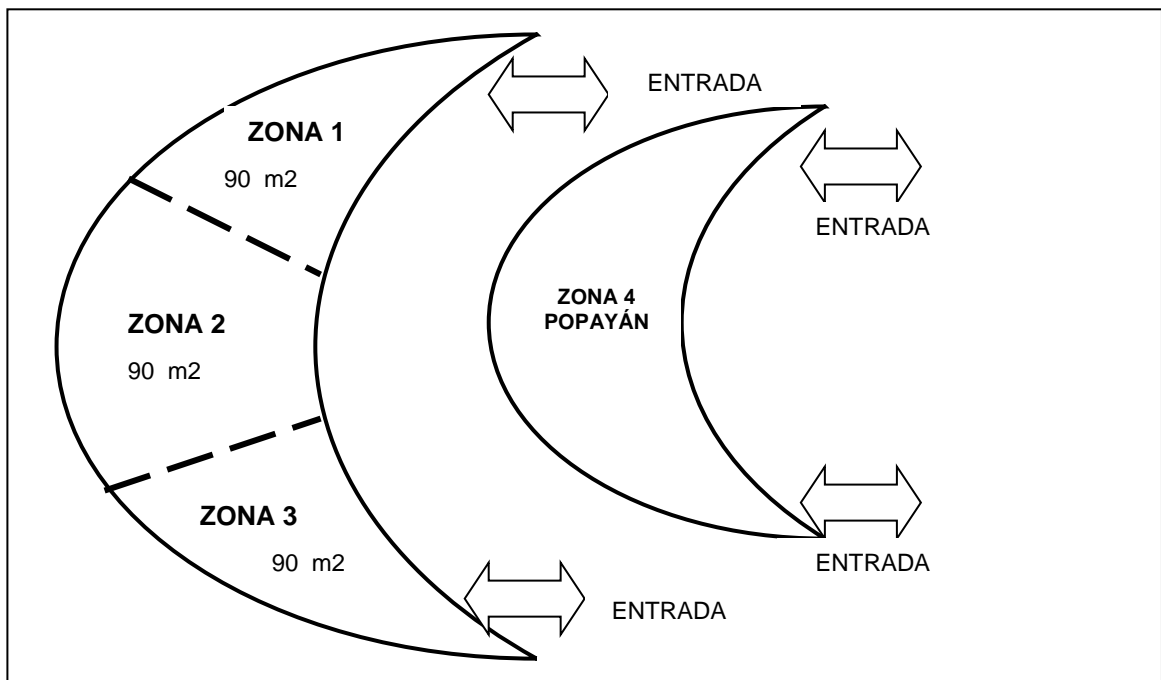


es este Departamento el que se quiere promocionar turística y culturalmente en el Parque DIVERTURA.

La zona “C” estará dividida en dos, un arco ó “C” externa y una interna (Figura 3.13); la “C” externa estará dividida en tres partes, debido a que ahí estarán expuestas las tres zonas que se han identificado en el Departamento para ser promocionadas: La zona Pacífica, la zona Andina y la zona Amazónica. Cada zona estará integrada por diferentes Municipios; la explicación de estas zonas fue dada en el capítulo de generalidades del proyecto. Cada una tendrá asignado un espacio de 90 m<sup>2</sup> de los cuales 40m deberán ser utilizados para la promoción de los Municipios y los restantes 45m para la circulación de los visitantes.

En la “C” interna se ubicará lo representativo del Municipio de Popayán; la decisión de otorgar un área especial a este Municipio es porque es la capital del Departamento del Cauca y además porque es ahí donde nace la idea.

**Figura 3.13: Distribución de la Zona “C”**



Fuente: Propia de la investigación.

La anterior figura muestra la forma en que la zona “C” de DIVERTURA será distribuida; las dos “C”, tendrán sus respectivas entradas y se podrán comunicar entre ellas fácilmente; para acceder a este recorrido no se cobrará.

Al inicio de la zona el visitante encontrará a un guía que le enseñará el camino a seguir y lo que puede descubrir<sup>116</sup> al interior de la edificación.

### **3.1.9 Kiosco de eventos**

El kiosco de eventos tendrá una forma octagonal con área de 119m<sup>2</sup>, la cual se distribuye en un barra de 8m<sup>2</sup> (4m x 2m), baños (4m x 1.5m) y el espacio para desarrollar las diferentes actividades para las que ha sido alquilado el lugar. Este lugar será construido en guadua.

### **3.1.10 Plaza de comidas**

La plaza de comidas cuenta con un área de 311,65 m<sup>2</sup>, contando con 4 locales de 3,91m x 3m, baños para hombres y mujeres, y un espacio para 23mesas.

Los locales están destinados para alquiler de acuerdo a las ofertas que se reciban por parte de entidades privadas que se acojan a las políticas del Parque.

### **3.1.11 Salón de juegos tradicionales.**

Después de analizar el estudio de mercados, se concluyó que la prestación del servicio del salón de juegos tradicionales no es muy apetecido por los futuros visitantes, es por esto que se tomó la decisión de no construirlo en el Parque recreativo, además porque los costos de inversión y operación son muy elevados. Lo anterior se puede concluir de acuerdo a las preguntas número 10, 11 y 16 de la investigación de mercados y al estudio técnico realizado de este servicio.

---

<sup>116</sup> El visitante podrá encontrar diferentes atracciones que le permitirán conocer más acerca del Departamento, pues además de las presentaciones hechas por los integrantes de las respectivas zonas, se proyectarán videos o se realizarán conferencias que complementen lo expuesto a lo largo de la zona “C”.

### **3.2 PROCESO**

El proceso que se seguirá para la prestación de los servicios del Parque Divertura inicia con la compra del tiquete, donde los clientes tienen la posibilidad de escoger el servicio que deseen usar, entre ellos están: la granja interactiva, el lago de pesca, el lago eco-recreativo, la zona de camping, tu aporte al Parque, la zona recreativa, la zona del Cauca, el kiosco de eventos y la plaza de comidas, servicios a los que el cliente podrá acceder las veces que desee hacerlo<sup>117</sup>.

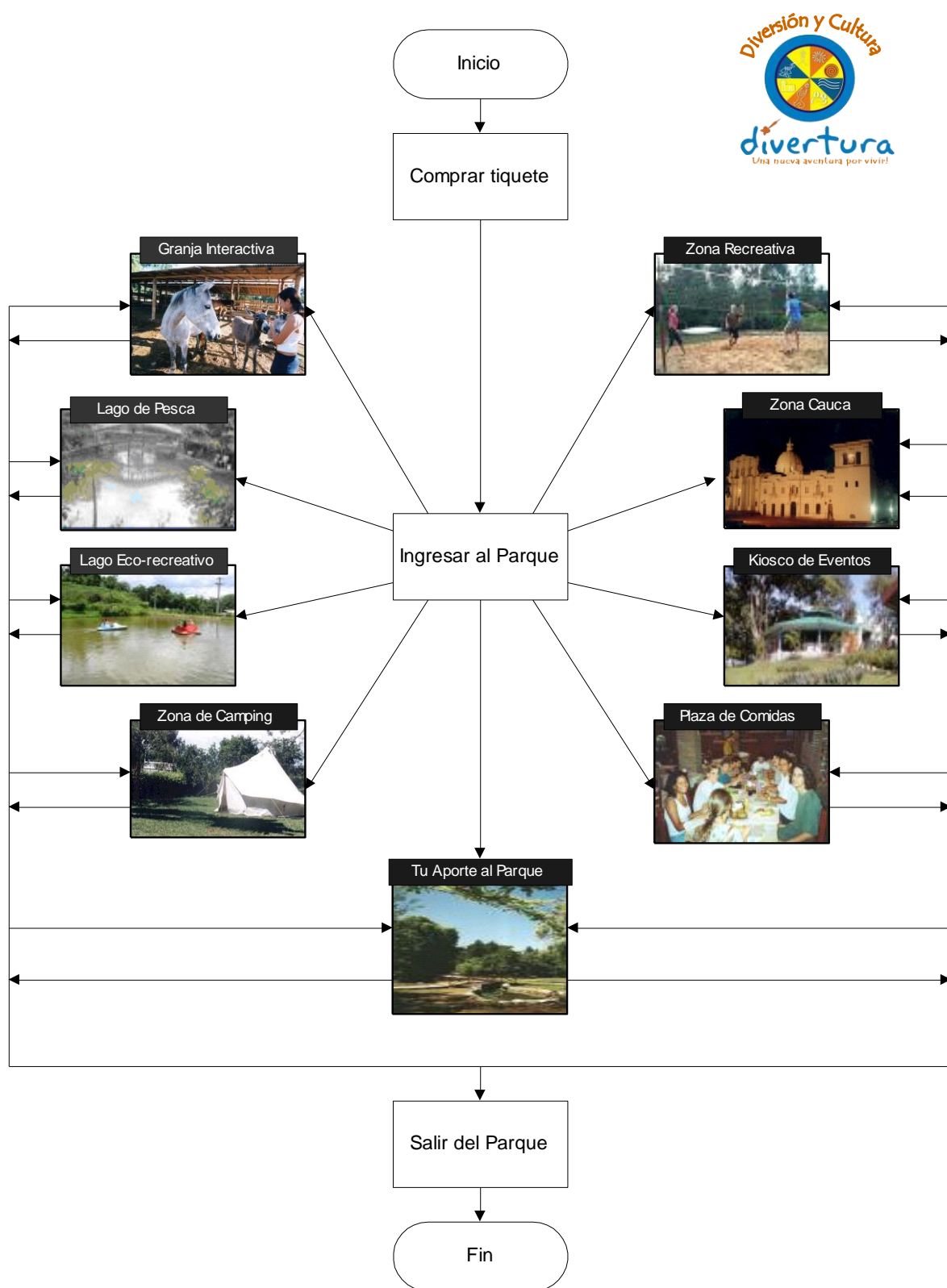
Una vez el cliente use el servicio tiene la posibilidad de ingresar a otros, o en caso contrario termina su visita al Parque.

En la figura 3.14 se presenta el proceso que se seguirá para la prestación de los servicios del Parque Divertura, el cual es sencillo.

---

<sup>117</sup> Para acceder a los servicios individuales se debe hacer uso del bono consumible o pagar por su entrada.

Figura 3.14: Proceso general para la prestación de los servicios del Parque

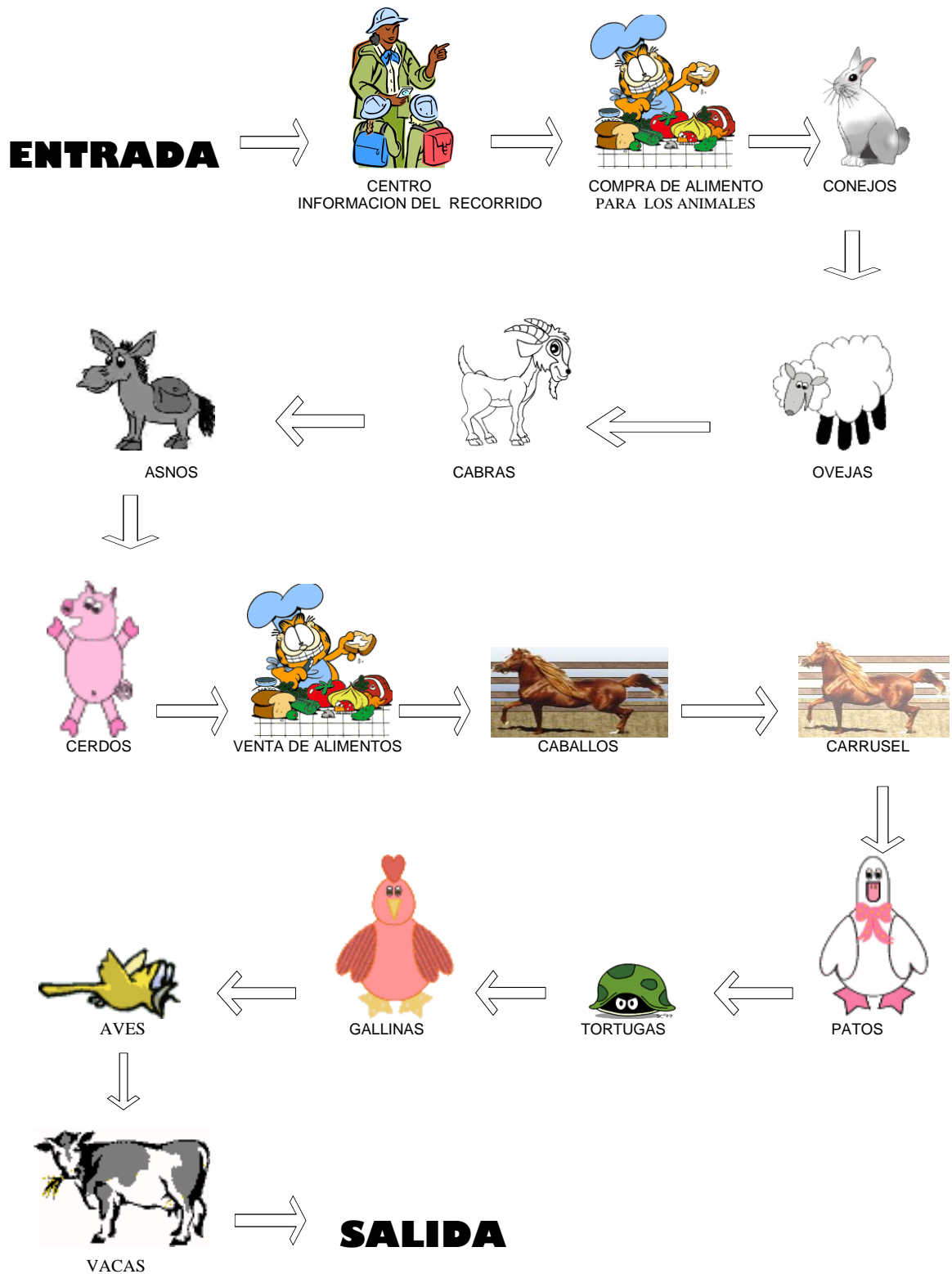


Fuente: Propia de la investigación

### **3.2.1 Proceso de la granja interactiva**

El proceso para la prestación del servicio de la granja interactiva inicia con la entrada a ella, encontrándose un puesto de información, donde además se puede adquirir el alimento para los conejos, ovejas, cabras, asnos y cerdos. Se empieza el recorrido pasando por cada una de las estaciones donde se encuentran los animales, en medio de él se encuentra otro puesto de venta alimentos para caballos, patos, tortugas, gallinas, aves y vacas. Una vez terminado el recorrido, las personas pueden ir a otros servicios o terminar la visita al Parque.

Figura 3.15: Proceso de la granja interactiva

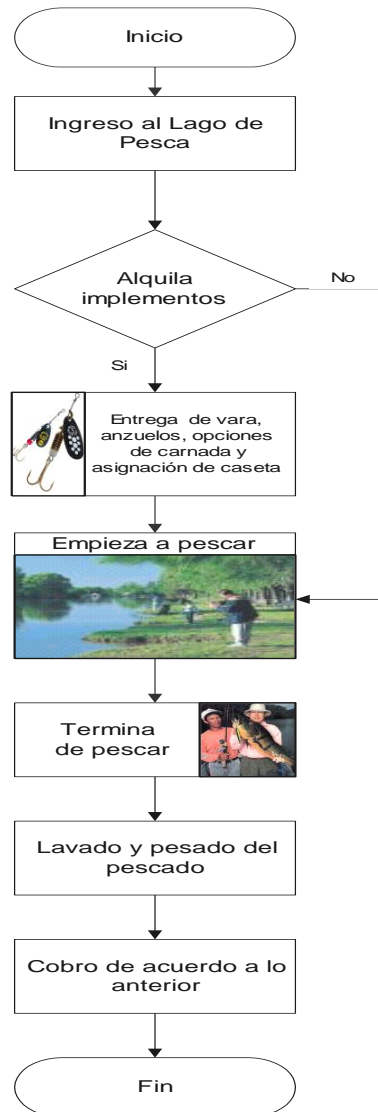


Fuente: Propia de la investigación

### 3.2.2 Proceso del lago de pesca

El proceso para la prestación del servicio del lago de pesca inicia con el ingreso a él, donde se tiene la posibilidad de alquilar los implementos necesarios para la pesca en caso de que las personas no los hayan llevado. Se realiza la pesca y cuando termine se debe acercarse a la cabaña para el lavado y el pesado de lo pescado con el fin de pagar de acuerdo a ello. Una vez realizado esto, las personas pueden ir a otros servicios o terminar la visita al Parque.

**Figura 3.16: Proceso del lago de pesca**



Fuente: Propia de la investigación

### **3.2.3 Proceso del lago eco-recreativo**

El proceso para la prestación del servicio del lago eco-recreativo inicia cuando el cliente llega a él y escoge qué desea realizar, pues puede comprar alimento para darle a los patos y gansos del lago, puede comprar una boleta para montar en los botes, o puede caminar por el sendero y hacer uso de las bancas.

Es importante resaltar que los clientes pueden realizar cualquiera de las tres actividades (una o varias actividades) que ofrece el lago eco-recreativo.

Una vez realizado lo anterior, las personas pueden ir a otros servicios o terminar la visita al Parque.



Figura 3.17: Proceso del lago eco-recreativo



Fuente: Propia de la Investigación

### 3.2.4 Proceso de la zona de camping

El proceso para la prestación del servicio de la zona de camping inicia con el ingreso a ella, donde se tiene la posibilidad de alquilar la carpa en caso de que las personas no la hayan llevado. Se instala la carpa, se realiza el camping y cuando termine se debe decidir si termina su estadía por ese día o desea continuar. Una vez realizado esto, las personas pueden ir a otros servicios o terminar la visita al Parque.

**Figura 3.18: Proceso de la zona de camping**

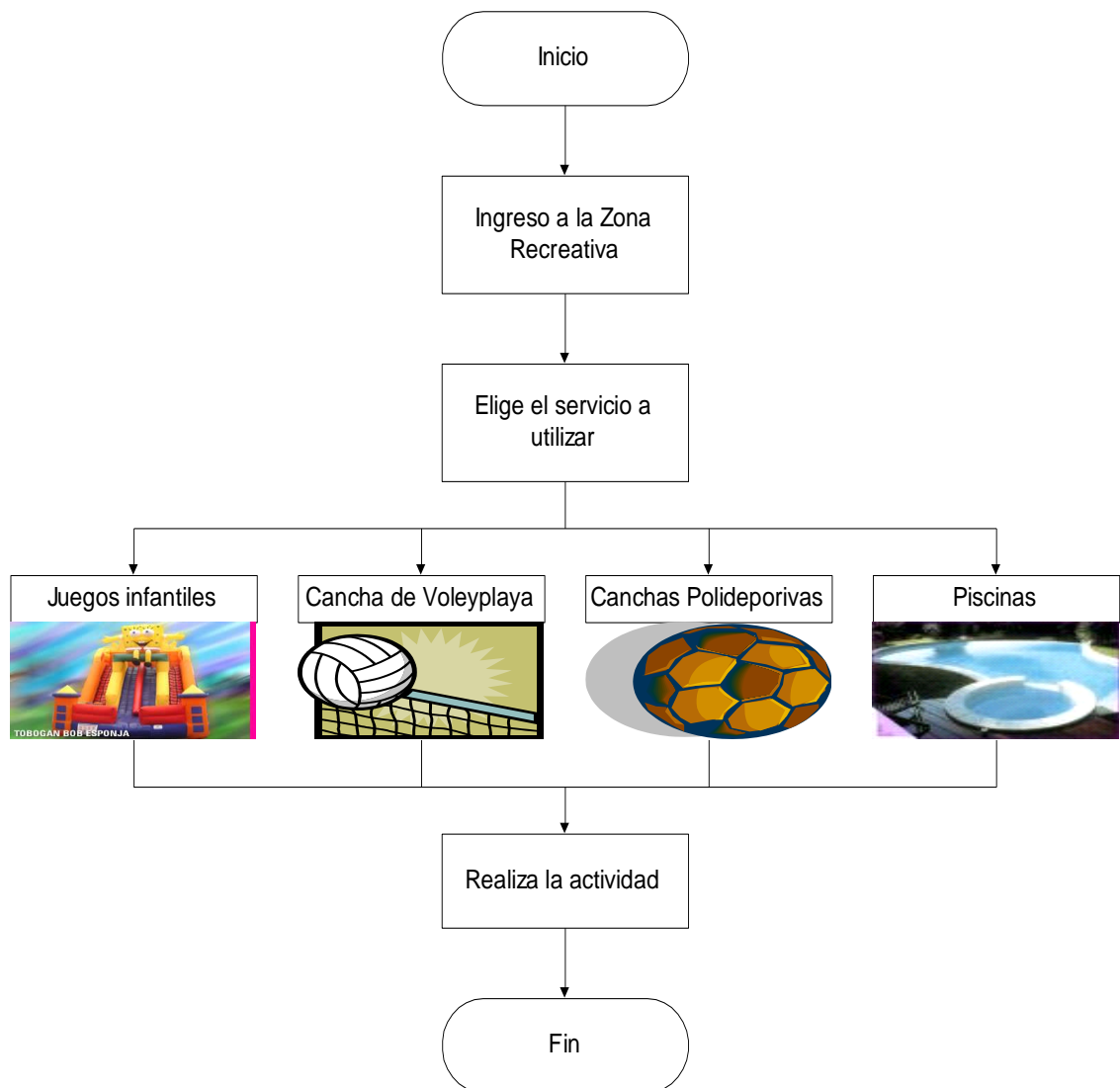


Fuente: Propia de la investigación

### 3.2.5 Proceso de la zona recreativa

El proceso para la prestación del servicio de la zona recreativa inicia cuando el cliente llega a ella y escoge qué desea realizar, pues puede usar los juegos infantiles, jugar voleyplaya, jugar en las canchas polideportivas (Baloncesto, fútbol sala y voleibol), o puede usar las piscinas. Es importante resaltar que los clientes pueden realizar cualquiera de las actividades (una o varias actividades) que ofrece esta zona. Una vez realizado lo anterior, las personas pueden ir a otros servicios o terminar la visita al Parque.

**Figura 3.19: Proceso de la zona recreativa**

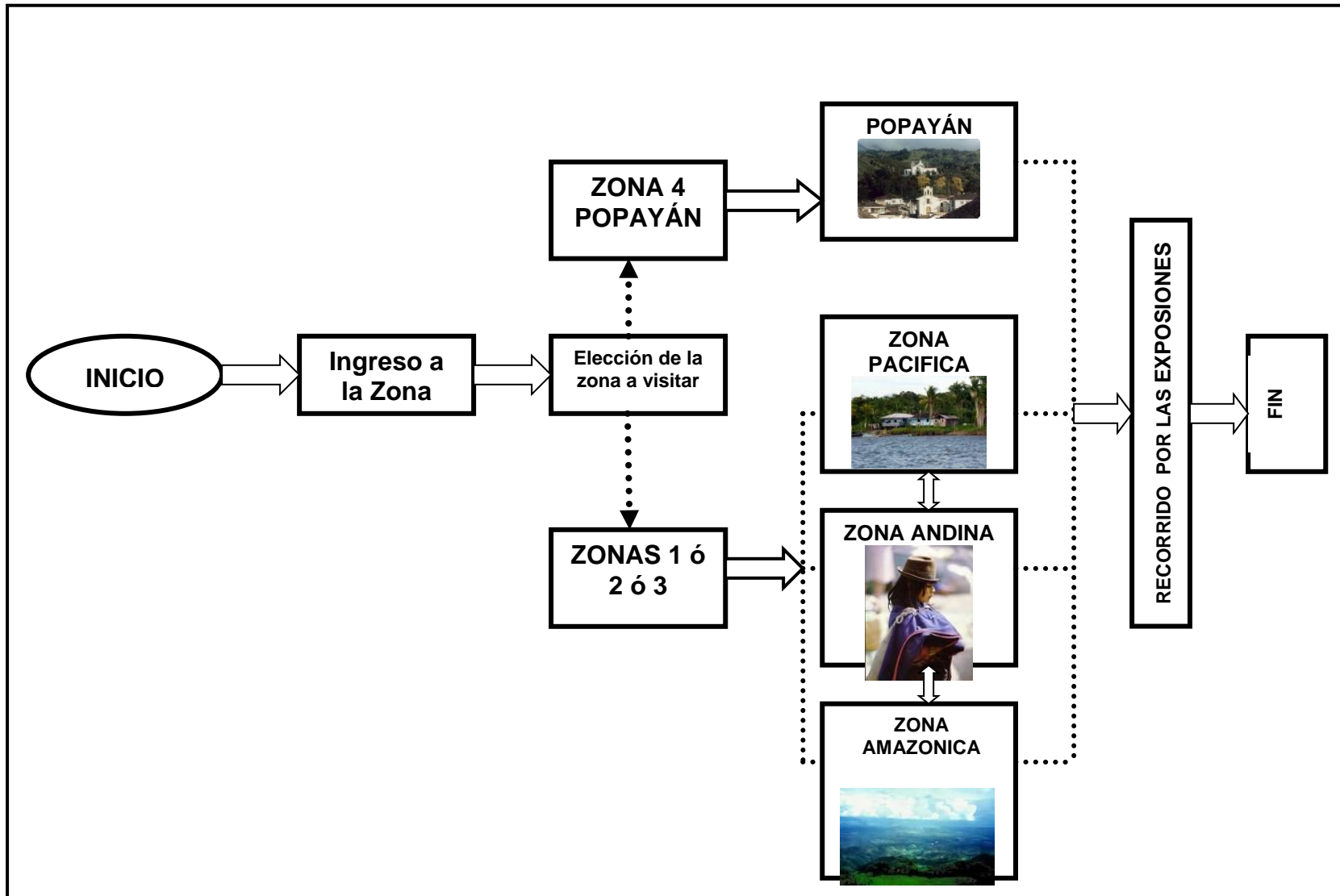


Fuente: Propia de la investigación

### **3.2.6 Proceso de la zona “C”**

El proceso para la prestación del servicio de la zona C inicia cuando el cliente ingresa a ella y escoge qué desea realizar, ya que puede visitar la zona 1 (Zona Pacifica), 2 (Zona Andina), 3 (Zona Amazónica) o 4 (Popayán). Es importante resaltar que los clientes pueden visitar cualquiera de las zonas (una o varias zonas) que ofrece este servicio. Una vez realizado lo anterior, las personas pueden ir a otros servicios o terminar la visita al Parque.

Figura 3.20: Proceso de la Zona "C"



Fuente: Propia de la investigación.

### 3.3 SELECCIÓN DE SEMOVIENTES Y EQUIPOS

De acuerdo al tamaño del proyecto, la descripción del servicio y por recomendación de expertos los equipos con los cuales debe contar se mencionan a continuación, estos equipos se pueden clasificar de la siguiente forma<sup>118</sup>:

- *Equipo para el proceso.* Se refiere a los equipos relacionados directamente con los servicios de Diversión y Cultura.
- *Equipo de apoyo al proceso.* Los equipos del proceso se deben complementar con otros equipos necesarios para llevar a cabo la operación asociada con el servicio a prestar, estos equipos son los relacionados con las taquillas, los servicios médicos, la seguridad, la limpieza y herramientas

#### 3.3.1 Semovientes y equipo para la prestación del servicio

Los semovientes y equipo para la prestación del servicio con el cual debe contar el Parque Divertura se determinaron de acuerdo a la experiencia propia de los proponentes del proyecto y por recomendación de expertos.

**Tabla 3.19: Costo Semovientes**

SERVICIO	SEMOVIENTE	CANTIDAD	DESCRIPCION SEMOVIENTES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
<b>GRANJA INTERACTIVA</b>	Vacas	4	Cuatro con sus respectivas crías	\$ 1.500.000	\$ 6.000.000
	Toros	2	Para la reproducción	\$ 1.200.000	\$ 2.400.000
	Yeguas	6	Tres para el carrusel	\$ 800.000	\$ 4.800.000
	Asnos	2		\$ 750.000	\$ 1.500.000
	Cabras	4	Se tendrá 2 parejas para poder sacar crías	\$ 300.000	\$ 1.200.000
	Ovejas	4	Presentan gran adaptabilidad al ambiente, Se tendrá la pareja para poder sacar crías	\$ 300.000	\$ 1.200.000
	Conejos	6	De los cuales se tendrán 4 hembras y 2 machos para poder hacer cría.	\$ 15.000	\$ 90.000

<sup>118</sup> Véase Germán Arboleda. PROYECTOS: Formulación, Evaluación y Control de Proyectos, Capítulo 6: Ingeniería del Proyecto

SERVICIO	SEMOVIENTE	CANTIDAD	DESCRIPCION SEMOVIENTES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
<b>GRANJA INTERACTIVA</b>	Gallinas	14	De las cuales se tendrán 10 gallinas y 4 gallos para realizar producción de huevos.	\$ 15.000	\$ 210.000
	Codornices	20	De las cuales se tendrán 15 hembras y 5 machos para realizar pn de huevos	\$ 5.000	\$ 100.000
	Patos	8	De los cuales se tendrán 5 hembras y 3 machos para efectos de cría.	\$ 20.000	\$ 160.000
	Aves Ornamentales	10	Esta cantidad pertenece a la variedad de pericos entre los cuales hay hembras y machos.	\$ 6.000	\$ 60.000
		10	Esta cantidad pertenece a la variedad de canarios entre los cuales hay hembras y machos.	\$ 17.500	\$ 175.000
	Tortugas	10	De los cuales se tendrán 3 machos 7 hembras y para efectos de cría.	\$ 20.000	\$ 200.000
	Cerdos	2	Dos hembras acompañadas de sus crías por que estos a pueden seguir reproduciéndose.	\$ 550.000	\$ 1.100.000
	<b>COSTO TOTAL SEMOVIENTE GRANJA INTERACTIVA</b>				
<b>LAGO ECO-RECREATIVO</b>	Patos	6		\$ 20.000	\$ 120.000
	Gansos	6		\$ 60.000	\$ 360.000
	<b>COSTO TOTAL SEMOVIENTE LAGO ECO-RECREATIVO</b>				
<b>COSTO TOTAL SEMOVIENTES</b>					<b>\$ 19.675.000</b>

Fuente: Propia de la investigación

**Tabla 3.20: Costo de equipos**

SERVICIO	EQUIPO	CANTIDAD	DESCRIPCION DEL EQUIPO	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
<b>Granja Interactiva</b>	<b>INFRAESTRUCTURA DE LOS SEMOVIENTES</b>				
	Comederos plásticos	8		\$ 86.200	\$ 689.600
	Comederos en concreto	6		\$ 20.000	\$ 120.000
	Comederos en madera	4		\$ 10.000	\$ 40.000
	Bebederos plásticos	20		\$ 60.000	\$ 1.200.000
	Saladeros Plásticos	8		\$ 55.000	\$ 440.000
	Asientos en madera	4		\$ 15.000	\$ 60.000
	Baldes	4		\$ 30.000	\$ 120.000
	Manila	4	De 6 metros cada una	\$ 3.600	\$ 14.400
	Bebedero de chupo metálico	2		\$ 6.000	\$ 12.000
	Bebederos con baldes de plástico	8		\$ 5.500	\$ 44.000
	Jaula metálica para conejos	6		\$ 70.000	\$ 420.000
	Jaula metálica para gallinas	2		\$ 160.000	\$ 320.000
	Jaula metálica para codornices	1		\$ 80.000	\$ 80.000
	Jaula metálica para aves ornamentales	1		\$ 1.200.000	\$ 1.200.000
	Plataforma de alimentos en concreto	2		\$ 25.000	\$ 50.000
	Casas en madera para patos	4		\$ 25.000	\$ 100.000
	Carrusel de madera	1		\$ 100.000	\$ 100.000
<b>TOTAL COSTO INFRAESTRUCTURA GRANJA INTERACTIVA</b>					<b>\$ 5.010.000</b>
<b>Lago de Pesca</b>	Cañas de pesca	20		\$ 28.000	\$ 560.000
	Baldes	20		\$ 15.000	\$ 300.000
	Malla	1		\$ 65.000	\$ 65.000
	Atarraya	1		\$ 87.000	\$ 87.000
	<b>TOTAL COSTO EQUIPO LAGO DE PESCA</b>				



SERVICIO	EQUIPO	CANTIDAD	DESCRIPCION DEL EQUIPO	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
<b>Lago Eco-Recreativo</b>	Botes de pedal	5	Presentan un desempeño eficaz, son 100% confiables en cuanto a calidad y resistencia, además tienen una apariencia y un diseño muy llamativo.	\$ 380.000	\$ 1.900.000
	Chalecos	14	Tipo PFD II (personal floatation device)	\$ 35.000	\$ 490.000
	Bancas	5	Sillas de madera tipo colonial.	\$ 150.000	\$ 750.000
	Reflector	1	Embellece en la noche el lago	\$ 150.000	\$ 150.000
	<b>TOTAL COSTO LAGO ECO-RECREATIVO</b>				
<b>Zona de Camping</b>	Carpa de 1.5m x 2m	3	Carpa para 2 personas.	\$ 139.500	\$ 418.500
	Carpa de 2m x 2m	5	Carpa para 4 personas.	\$ 329.500	\$ 1.647.500
	Carpa de 3m x 2m	5	Carpa para 6 personas.	\$ 423.500	\$ 2.117.500
	<b>TOTAL COSTO EQUIPO ZONA DE CAMPING</b>				
<b>Tu aporte al Parque</b>	Mesas en madera	20		\$ 65.000	\$ 1.300.000
	Bancas en madera 1.5 m x 40 cm.	20		\$ 25.000	\$ 500.000
<b>TOTAL COSTO TU APORTE AL PARQUE</b>					<b>\$ 1.800.000</b>
<b>Zona Recreativa</b>	Balones de fútbol sala	4		\$ 27.000	\$ 108.000
	Balones de Baloncesto Molten	4		\$ 45.000	\$ 180.000
	Petos	20	Unidades con logotipo y número	\$ 7.500	\$ 150.000
	Balones de voleibol y Voleyplaya	6	Cuatro de voleibol y dos de voleyplaya.	\$ 30.000	\$ 180.000
	Malla de voleyplaya y de voleibol	3	Dos de voleibol y una de voleyplaya.	\$ 28.000	\$ 84.000
	Par de mallas Nylon fútbol sala	2		\$ 270.000	\$ 540.000
	Par de mallas aros de Baloncesto	2		\$ 14.000	\$ 28.000
	Motor	1	Trifásico de dos caballos con filtro de 66 pulgadas	\$ 7.000.000	\$ 7.000.000
	<b>TOTAL COSTO EQUIPO ZONA RECREATIVA</b>				

SERVICIO	EQUIPO	CANTIDAD	DESCRIPCION DEL EQUIPO	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Zona Representativa del Cauca	Combo televisor mas DVD	2	* Auto mute cuando no hay señal *Potencia de Bocinas laterales y traseras 5W x2 con efecto TruSurround, Dolby Pro Logic II; Configuración de sonido en 5.1 canales; ClearEdge VM: Da una mejor sensación de profundidad en la imagen; Sonido Estéreo MTS (MutliTruSurround), permite seleccionar entre sonido Monoaural, Estéreo o SAP; Escaneo Mejorado para imagen DVD en Widescreen (16:9); Preselecciona los canales que prefieras; Caption Vision (cc); Despliegue de subtítulos cuando la programación cuenta con ellos; 7 ecualizaciones gráficas para ajustes de acuerdo a las preferencias personales; Subwoofer externo de 15W, resalta los sonidos graves de tus programas; Función Sleep; Filtro Digital Tipo Peine 3 líneas; reloj/Timer de dos eventos; Programación automática de canal; Bocina central 5W para diálogos más claros.	\$ 1.099.000	\$ 2.198.000
	Sistema de teatro en casa con karaoke	1	DAV-Referencia DZ120K. Entrada de Micrófono con Volumen y Echo Funciones: DVD, CD, Radio, TV/VCR 1, Audio de 6 canales	\$ 799.900	\$ 799.900
	Combo DVD mas VHS	1	Samgsung. Ref: DVD-V5500	\$ 269.000	\$ 269.000
	Proyector LCD	1	Ultra Compacto.VPL-ES3. Calidad de imagen excepcional, con seis modos de imagen para ofrecer una imagen óptima en diferentes entornos	\$ 3.299.000	\$ 3.299.000
	Computador portátil	1	Notebook Acer Travelmate 2423 wxci-XPB 14,1"; Laptop Computer w71,50GHz Intel Celeron M Processor 370	\$ 1.900.000	\$ 1.900.000
	Muebles	2	Para centro de televisión, audio y DVD	\$ 179.900	\$ 359.800
	Mesas	4	Marca Rimax	\$ 40.000	\$ 160.000
	Sillas	20	Marca Rimax	\$ 35.000	\$ 700.000
	Cubículos	50 mt <sup>2</sup>	Separadores armables en aluminio con forro en tela	\$ 56.250	\$ 2.812.500
	<b>TOTAL COSTO EQUIPO ZONA REPRESENTATIVA DEL CAUCA</b>				

SERVICIO	EQUIPO	CANTIDAD	DESCRIPCION DEL EQUIPO	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
<b>Juegos infantiles</b>	Lona de brincos	1	2.5 x 2.5 mts	\$ 4.670.000	\$ 4.670.000
	Playground-Metropo	1	3.2 x 2.4 mts	\$ 15.185.880	\$ 15.185.880
	Casa club carnaval	1	6.3m x 5.2m x 3.65m	\$ 3.654.000	\$ 3.654.000
	Columpios de 3 puestos	2	4.5m x 2m	\$ 986.000	\$ 1.972.000
	Carrusel hexagonal	1	Diámetro: 2m	\$ 986.000	\$ 986.000
	Balancín de 6 puestos	2	2m x 3m	\$ 754.000	\$ 1.508.000
	Inflable tigre abajo	1		\$ 4.800.000	\$ 4.800.000
	Inflable castillo antiguo	1		\$ 4.300.000	\$ 4.300.000
	<b>TOTAL COSTO EQUIPO JUEGOS INFANTILES</b>				
<b>TOTAL COSTO EQUIPOS DIVERTURA</b>					<b>\$ 73.139.580</b>

Fuente: Propia de la investigación

De los anteriores cuadros se puede concluir que los equipos para la prestación del servicio tienen un costo de \$ 19.675.000 + \$ 73.139.580 = \$ 92.814.580.

Los valores de los equipos se cotizaron en almacenes distribuidores de la ciudad de Popayán como Deposito Norte, Almacén Deportilandia, Almacén Patiño, entre otros.

### 3.3.2 Equipo de apoyo al proceso

Los equipos que se describen a continuación son los que utilizará el área técnica, los cuales tienen como función apoyar a los empleados para la prestación de sus servicios a los clientes y el bienestar del talento humano de la organización. Dentro de estos equipos se considera:

- Equipo de Taquillas.
- Equipo de Aseo
- Equipo de Primeros auxilios.
- Equipo de seguridad de la empresa.

- Equipo de herramientas

### 3.3.2.1 Equipo de taquillas

Los muebles y enseres que se presentan a continuación se determinaron con base en las necesidades de la futura empresa en las taquillas; es decir, el personal que los requiere específicamente son las personas encargadas de vender y recibir los tiquetes para que los clientes puedan acceder a los servicios; se necesitan entonces de:

**Tabla 3.21: Equipo de taquillas**

<b>Equipo de Taquillas</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Sillas	7	\$ 85.000	\$ 595.000
Cajas registradora	6	\$ 650.000	\$ 3.900.000
Escritorio de madera 3 cajones	5	125.000	\$ 625.000
Papelera plástica abre fácil vaniplast	5	8.000	\$ 40.000
Pesa de alimentos	1	560.000	\$ 560.000
Estantes	7	60.000	\$ 420.000
<b>TOTAL COSTO DE EQUIPO DE TAQUILLAS</b>			<b>\$ 6.140.000</b>

Fuente: Propia de la investigación

### 3.3.2.2 Equipo de aseo

Con el fin de mantener aseado y limpio al Parque se debe contar con los equipos de limpieza que se describen en la tabla 3.22.

**Tabla 3.22: Equipo de aseo**

<b>Equipo de Aseo</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Escobas	5	\$ 5.500	\$ 27.500
Cepillos para baños	5	\$ 2.000	\$ 10.000
Cepillo para pisos	5	\$ 6.800	\$ 34.000
Recogedor	5	\$ 4.000	\$ 20.000

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO	COSTO TOTAL
Trapeador	5	\$ 6.000	\$ 30.000
Canecas para la basura	22	\$ 25.000	\$ 550.000
Baldes	5	\$ 4.400	\$ 22.000
Manguera	5	\$ 12.000	\$ 60.000
Bomba para baños	3	\$ 3.610	\$ 10.830
Paño Dulce abrigo	5	\$ 1.800	\$ 9.000
Rastrillo de maleza	2	\$ 22.500	\$ 45.000
<b>TOTAL EQUIPO DE ASEO</b>			<b>\$ 818.330</b>

Fuente Propia de la investigación

### 3.3.2.3 Equipo de primeros auxilios

Para las instalaciones del Parque los equipos que se requieren para prestar los primeros auxilios en caso de emergencia son los siguientes:

**Tabla 3.23: Equipo de primeros auxilios**

Equipo de Primeros Auxilios			
DETALLE	CANTIDAD	PRECIO	COSTO TOTAL
Camilla rígida	1	\$ 480.000	\$ 480.000
Camilla plegable de lona	1	\$ 250.000	\$ 250.000
Inmovilizadores de miembros superiores	2	\$ 55.000	\$ 110.000
Inmovilizadores de miembros inferiores	2	\$ 55.000	\$ 110.000
Cuello de Philadelphia	2	\$ 48.000	\$ 96.000
Medidor de presión arterial y pulso panasonic	1	\$ 93.999	\$ 93.999
<b>COSTO TOTAL EQUIPO PRIMEROS AUXILIOS</b>			<b>\$ 1.139.999</b>

Fuente: Propia de la investigación

### 3.3.2.4 Equipo de seguridad de la empresa

El Parque además de contar con vigilancia, requiere para casos de incendios de 6 extintores de 10 libras, los cuales estarán ubicados en la zona administrativa, zona recreativa, lago de pesca y eco-recreativos, zona C, plaza de comidas y la granja.

La cotización de los extintores se obtuvo en el almacén del cuerpo de bomberos voluntarios.

**Tabla 3.24: Equipo de seguridad de la empresa**

<b>Equipo de Seguridad</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>COSTO ANUAL</b>
Extintor de 10 Libras	6	\$ 54.000	\$ 324.000
<b>COSTO TOTAL EQUIPO DE SEGURIDAD</b>			<b>\$ 324.000</b>

Fuente: Propia de la investigación

De la seguridad de los visitantes estarán encargados los guías del Parque, aunque para los servicios que cuentan con mayor riesgo de accidentalidad se tendrá personal adicional, este es el caso de las piscinas, lago eco-recreativo, lago de pesca y granja interactiva.

En la zona recreativa, en el área de las piscinas se contará con un salvavidas permanente, el cual será el encargado de velar por el bienestar de las personas que ingresen a ellas al igual que atender cualquier emergencia que se presente.

En el lago eco-recreativo la persona encargada del manejo de los botes y en el lago de pesca el encargado de pesar y limpiar los peces deberán vigilar el normal desarrollo de las actividades en los lagos, es así como si se cae una persona a los lagos, ellos deben estar atentos para su rescate. Para tratar de prevenir esta clase de accidentes, a las personas se les darán todas las indicaciones para el uso de los lagos; en el caso de los niños, sólo podrán ingresar si van acompañados de un adulto que se responsabilice de ellos.

En la granja interactiva, los guías deberán vigilar el buen trato a los animales, además de estar pendientes del estado de animo de ellos, con el fin de evitar posibles accidentes.

En caso de presentarse algún imprevisto, en el Parque existen implementos y personal capacitado para prestar los primeros auxilios mientras se consigue ayuda especializada.

### 3.3.2.5 Equipo de herramientas

Las herramientas con la cuales contará la organización para reparaciones menores son las que se describen y costean en la siguiente tabla.

**Tabla 3.25: Equipo de Herramientas**

<b>Equipo de Herramienta</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO</b>	<b>TOTAL</b>
Caja de Herramientas	4	\$ 23.000	\$ 92.000
Herramientas: juego completo de herramientas para reparaciones menores de la futura empresa	4	\$ 58.000	\$ 232.000
<b>Total Equipo de Herramienta</b>			<b>\$ 324.000</b>

Fuente Propia de la investigación

### 3.3.2.6 Costo total de los equipos de apoyo al proceso

En la Tabla 3.26 se presenta un resumen del costo de todos equipos que se requieren como apoyo para la prestación de los servicios de la organización.

**Tabla 3.26: Costos de los Equipos de apoyo al proceso**

<b>EQUIPOS DE APOYO AL PROCESO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Equipo de Taquillas	\$ 6.140.000
Equipo de Aseo	\$ 818.330
Equipo de Primeros Auxilios	\$ 1.139.999
Equipo de seguridad de la Empresa	\$ 324.000
Equipo de Herramientas	\$ 324.000
<b>Total costo de los equipos de apoyo al proceso</b>	<b>\$ 8.746.329</b>

Fuente: Propia de la investigación.

### 3.3.3 Costo total de equipos a utilizar por la empresa para la prestación de sus servicios

De acuerdo a la Tabla 3.27 el costo total de los equipos a utilizar por la empresa para la prestación de sus servicios es de \$101.560.909

**Tabla 3.27: Costo total de los equipos a utilizar por la empresa para la prestación de sus servicios**

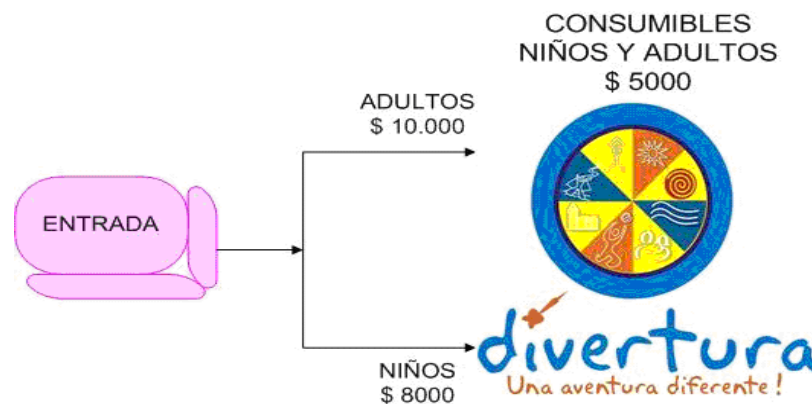
Tipo	Costo Total
Equipos para el proceso	\$ 92.814.580
Equipos de apoyo al proceso	\$ 8.746.329
<b>Total</b>	<b>\$ 101.560.909</b>

Fuente: Propia de la investigación.

### 3.4 MATERIALES, INSUMOS Y ALIMENTOS

De acuerdo a lo planteado en el Estudio del Mercado (precio) se determinará el costo de los materiales e insumos.

**Figura 3.21: Precios de los servicios del Parque**



Fuente: Propia de la investigación

El costo de algunos materiales, insumos y alimentos no se especificarán, debido a que se determinó en asesoría con un experto<sup>119</sup> que los costos variables por persona ascenderían aproximadamente a \$4.000. Este valor incluye los diferentes costos variables y fijos en que se incurra por el uso de los servicios que cada persona escoja.

<sup>119</sup> Profesor Jorge Arbey Tobar Dejesús



Por tal razón, bajo el anterior supuesto, sólo se han determinado dos tipos de costo variable que son el costo de la boletería de entrada y el de los materiales de tu aporte al Parque, los cuales varían de acuerdo al número de personas que ingresen al Parque.

**Tabla 3.28: Costo de materiales e insumos**

<b>CASO ADULTOS</b>  Valor entrada \$10.000	\$ 5.000 que no son consumibles dentro del Parque.	Este valor contribuye a cubrir: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Los costos fijos del Parque</li> <li>• Los costos variables que se requieren para todos los clientes: boletería y materiales para tu aporte al Parque (con el pago de la entrada el cliente ya tiene derecho a realizar su aporte al Parque), los costos de estos varían de acuerdo al número de personas que ingresen al Parque.</li> <li>• La utilidad del Parque</li> </ul>
	\$ 5.000 que si son consumibles dentro del Parque.	El 80 % <sup>120</sup> (\$4.000) corresponderá a costo variable del servicio que escoja el cliente y el 20% (\$1.000) contribuirá a la utilidad del Parque.  Así por ejemplo si un cliente utiliza los \$5.000 para el servicio del lago de pesca, \$4.000 corresponderá a los costos de la carnada, los peces, entre otros.

<sup>120</sup> Este porcentaje en algunos servicios puede ser menor, pero se trabajará con él para tener mayor margen de seguridad.

<b>CASO NIÑOS</b>  Valor entrada \$8.000	\$ 3.000 que no son consumibles dentro del Parque.	Este valor contribuye a cubrir: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Los costos fijos del Parque</li> <li>• Los costos variables que se requieren para todos los clientes: boletería y materiales para tu aporte al Parque (con el pago de la entrada el cliente ya tiene derecho a realizar su aporte al Parque), los costos de estos varían de acuerdo al número de personas que ingresen al Parque.</li> <li>• La utilidad del Parque</li> </ul>
	\$ 5.000 que si son consumibles dentro del Parque	El 80% (\$4.000) corresponderá a costo variable del servicio que escoja el cliente y el 20% (\$1.000) contribuirá a la utilidad del Parque.  Así por ejemplo si un cliente utiliza los \$5.000 para el servicio del lago de pesca, \$4.000 corresponderá a los costos de la carnada, los peces, entre otros.

Fuente: Propia de la investigación.

Los materiales e insumos (costos variables obligatorios) que se requieren para cualquier cliente que ingrese al Parque constan de:

- Para la entrada al Parque se contará con boletas en material propalcote, con una dimensión de 16.5 cm de ancho x 7 cm de largo, esta boleta contará con los diferentes desprendibles para el valor consumible (\$5.000). El costo unitario de cada boleta es de \$ 85<sup>121</sup>.
- En la siguiente tabla se muestran los materiales necesarios para realizar las actividades programadas en esta zona.

<sup>121</sup> Cotización realizada en Tipografía Cruz

**Tabla 3.29: Materiales requeridos por tu aporte al Parque.**

CONCEPTO	CANTIDAD ANUAL	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO <sup>122</sup>	COSTO ANUAL
Resma papel	36	Papel de colores tamaño carta.	\$7.600	\$273.600
Colores	12	Caja por 24 unidades, punta gruesa	\$14.200	\$170.400
Ega	24	Colbón de 225 gr.	\$2.600	\$62.400
Cartulina	96	Paquete 1/8, diferentes colores	\$1.000	\$96.000
Papelillo	260	Pliego, diferentes colores	\$100	\$26.000
Lápices	8	Caja 12 unidades	\$4.800	\$38.400
Tijeras	12	Punta roma	\$1.300	\$15.600
Crayolas	12	Caja	\$ 2.400	\$28.800
Plastilina	144	Caja grande	\$ 700	\$100.800
Temperas	24	Caja de 6 colores	\$ 5.200	\$124.800
Armatodo	12	Piezas de colores	\$ 6.700	\$80.400
Rompecabezas	12	Cajas	\$ 8.200	\$98.400
Sellos	12	De figuras infantiles y tinta	\$ 7.400	\$88.800
Pinceles	12	Punta mediana	\$ 900	\$10.800
<b>TOTAL</b>				<b>\$1.215.200</b>

Fuente: Propia de la investigación.

De acuerdo a lo anterior, el costo unitario de los materiales de tu aporte al Parque es de \$3,25<sup>123</sup>.

Por lo tanto el costo variable por visita será de:

**Tabla 3.30: Costo variable**

DESCRIPCION	COSTO (\$/visita)
Boleta de entrada al Parque (obligatorio para todas las visitas)	85
Materiales para tu aporte al Parque (obligatorio para todas las visitas)	3,25
Materiales e insumos para los otros servicios que escoja el cliente (visita).	4.000
<b>TOTAL</b>	<b>4.088,25</b>

Fuente: Propia de la investigación.

<sup>122</sup> Valores obtenidos mediante cotización a la Librería y Papelería Central.

<sup>123</sup> Este valor se obtuvo de dividir el costo total de los materiales de tu aporte al Parque entre el número de personas que se espera atender;  $\$1.215.200/374.400 = 3.25$

Los costos fijos por alimentos e insumos constan de:

- Costo de alimentos para los animales: Granja Interactiva y Lago Eco-recreativo.

**Tabla 3.31: Costo de alimentos para semovientes**

ALIMENTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO ANUAL
Materia Seca	259064	500	\$ 47.279.180
Sal Mineralizada	0,5138	180	\$ 33.757
Pasto Fresco	1377,4	300	\$ 150.825.300
Agua	1087674	0.418	\$ 165.946
Melaza	8,6	333	\$ 1.045.288
Suero de Queso	56	300	\$ 6.132.000
Concentrado Bovinos	7.6	688	\$ 1.908.512
Concentrado Conejos	0.54kg	925	\$ 182.318
Concentrado de Aves	0.1kg	875	\$ 33.938
Concentrado de tortugas	0.0028kg	1700	\$ 1.738
Hoja de Plátano	6 Kg.	500	\$ 1.095.000
Maíz trillado	0.24kg	800	\$ 70.080
Torta de soya	0.024 Kg.	1036	\$ 9.076
Maíz	0.032kg	875	\$ 10.220
Alpiste	0.02kg	3000	\$ 21.900
Mijo	0.0012kg	500	\$ 2.190
Avena	0.008kg	1100	\$ 3.212
Trigo	0.08kg	712	\$ 20.790
Heno	0.10kg	500	\$ 36.500
Papaya	0.007kg	1000	\$ 5.110
Repollo	0.007kg	800	\$ 4.088
<b>TOTAL COSTO ANUAL ALIMENTOS GRANJA INTERACTIVA</b>			208.886.143 <sup>124</sup>
Alimento para patos	48kg año	67600	\$ 3.244.800
Alimento para gansos	60kg año	67600	\$ 4.056.000
<b>TOTAL COSTO ANUAL ALIMENTOS LAGO-ECORECREATIVO</b>			\$ 7.300.800 <sup>125</sup>
<b>COSTO TOTAL ALIMENTOS</b>			<b>\$ 216.186.943</b>

Fuente: Propia de la investigación.

De acuerdo a lo anterior, el total del costo de alimentos e insumos (costos fijos) es \$ 216.186.943.

<sup>124</sup> La información de las cantidades de alimento se obtuvo del manual agropecuario "Tecnología Orgánica de la Granja" y los precios se cotizaron en los almacenes agropecuarios del Barrio Bolívar.

<sup>125</sup> Cotización realizada en el Almacén El Ganadero.

### 3.5 GASTOS GENERALES PARA LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO

#### 3.5.1 Mantenimiento

- **Granja Interactiva**

A continuación se presentan los materiales necesarios para realizar el mantenimiento a la granja interactiva:

**Tabla 3.32: Materiales requeridos por la Granja Interactiva**

CANTIDAD	PRECIO	COSTO TOTAL	DETALLE
<b>MANTENIMIENTO DE CAMAS</b>			
6	\$ 500	3000	Bulto de cisgo (aserrín)
2	\$ 15.000	30000	Paca de paja
2	\$ 2.500	5000	Frasco de límpido (grande),
6	\$ 1.000	6000	Frasco de específico para desinfectar algunas jaulas este es el recomendado por veterinarios
4	\$ 1.100	4400	Frasco de azul de metileno recomendado por que no les hace daño para el lago de los patos y tortugas
2	\$ 12.000	24000	Bolsa de jabón en polvo para lavar antes de desinfectar
2	\$ 5.000	10000	cal 5kl para evitar malos olores
2	\$ 800	1600	formol 1onza en las especificaciones de sanidad se explica que es necesario para desinfectar algunas jaulas
2	\$ 1.300	2600	yodo 1 onza
2	\$ 2.500	5000	Amoniaco para despercudir las instalaciones de los animales con un frasco alcanza por que se usa un poquito
		\$91.600	

Fuente: propia de la investigación y manual agropecuario

Los anteriores cálculos son por cada mantenimiento que se realice a la granja, el cual se debe realizar 3 veces a la semana, por lo tanto el costo anual será \$14.289.600.

- **Lago de pesca y eco-recreativo**

El mantenimiento de los lagos se debe realizar cada 6 meses y se necesitan 4 bultos de bentonita. Su costo es de \$152.000 por cada lago<sup>126</sup>, incluidos todos los implementos y materiales necesarios para realizarlo; es decir que anualmente el mantenimiento del lago de pesca y el eco-recreativo tiene un costo de \$608.000.

- **Piscinas**

El mantenimiento de las piscinas se debe realizar a diario y tiene un costo de \$10.000 por día para ambas piscinas<sup>127</sup>, incluidos todos los implementos y materiales necesarios para realizarlo; por lo tanto anualmente serían \$3.600.000 el mantenimiento de la piscina grande y pequeña.

- **Canchas**

El mantenimiento de las canchas debe realizarse cada 6 meses y tiene un costo de \$200.000<sup>128</sup>, incluidos todos los implementos y materiales necesarios para realizarlo. Se arreglan las mallas, aros, tubos y pintura necesaria. Su costo anual sería de \$400.000.

- **Juegos infantiles**

El mantenimiento de los juegos inflables debe realizarse cada 3 meses y tiene un costo de \$30.000<sup>129</sup>, al año serían \$120.000, mientras que el mantenimiento de los otros juegos debe hacerse cada 6 meses, con un costo anual de \$433.600<sup>130</sup>; por lo tanto el costo del mantenimiento de los juegos infantiles es de \$553.600.

### **3.5.2 Mano de obra indirecta**

La mano de obra indirecta del Parque Divertura se compone de:

---

<sup>126</sup> Información suministrada en Quimpo Ltda. por el Arquitecto Jhon Alexander Pérez.

<sup>127</sup> Información suministrada en Quimpo Ltda. por el Arquitecto Jhon Alexander Pérez.

<sup>128</sup> Información suministrada en Quimpo Ltda. por el Arquitecto Jhon Alexander Pérez.

<sup>129</sup> Valor suministrado por Industrias Saltadino.

<sup>130</sup> Valor suministrado por la empresa Brinca – Brinca

- Un veterinario que estará encargado del cuidado de los animales, por eso irá una vez por semana al Parque para realizarles su chequeo, de igual forma debe estar atento ante cualquier llamado de emergencia.
- Dos encargados de los juegos infantiles que trabajarán de viernes a domingo y deberán colaborar a los compañeros de planta con el manejo de los juegos.
- Dos guías del Parque que trabajarán de viernes a domingo y serán los encargados de colaborar con la seguridad y de realizar recorridos con los visitantes.
- Dos guías de la Zona “C” que trabajarán de viernes a domingo y serán los encargados de realizar recorridos con los visitantes.
- Dos personas encargadas del mantenimiento del césped que lo harán una vez a la semana.

**Tabla 3.33: Mano de obra indirecta**

Cargo	Asignación Mensual	Dominicales	Total asignación mensual	Prestaciones Sociales (48,35%)	Asignación Mensual (Salario Integral)	Valor anual (Salario Integral)
Veterinario	\$ 600.000	\$ 0	\$ 600.000	\$ 290.100	\$ 890.100	\$ 10.681.200
Manejo juegos infantiles - Inflable	\$ 204.000	\$ 59.500	\$ 263.500	\$ 127.402	\$ 390.902	\$ 4.690.827
Manejo juegos infantiles - Metropo	\$ 204.000	\$ 59.500	\$ 263.500	\$ 127.402	\$ 390.902	\$ 4.690.827
Guía Zona C No. 3	\$ 204.000	\$ 59.500	\$ 263.500	\$ 127.402	\$ 390.902	\$ 4.690.827
Guía Zona C No. 4	\$ 204.000	\$ 59.500	\$ 263.500	\$ 127.402	\$ 390.902	\$ 4.690.827
Guía del Parque No. 3	\$ 204.000	\$ 59.500	\$ 263.500	\$ 127.402	\$ 390.902	\$ 4.690.827
Guía del Parque No. 4	\$ 204.000	\$ 59.500	\$ 263.500	\$ 127.402	\$ 390.902	\$ 4.690.827
Mantenimiento del césped No. 1	\$ 100.000	\$ 0	\$ 100.000	\$ 48.350	\$ 148.350	\$ 1.780.200
Mantenimiento del césped No. 2	\$ 100.000	\$ 0	\$ 100.000	\$ 48.350	\$ 148.350	\$ 1.780.200
<b>TOTAL MANO DE OBRA INDIRECTA</b>						<b>\$ 42.386.562</b>

Fuente: Propia de la Investigación.

### 3.5.3 Botiquín para primeros auxilios

El Parque Divertura en atención al artículo 205 del Régimen Laboral Colombiano, numeral 2<sup>131</sup>, tendrá un botiquín para prestar los primeros auxilios al igual que el personal necesario para hacerlo. Estos medicamentos serán para el uso de todo el personal de la organización y para la atención de accidentes o ataques de enfermedades de los visitantes del Parque mientras se accede a atención especializada.

El botiquín contiene lo siguiente:

Elementos de curación: Algodón, gasa, espadrapo, agua oxigenada, isodine, apósitos (gasa + algodón pequeño), compresas (gasa + algodón grande), guantes desechables, tapa bocas, vendas de diferente tipo y curas.

Medicamentos: Analgésicos (acetaminofén y aspirina), antiácidos (milanta y ditopax) y analgésicos de garganta (bencilin y noraver).

Instrumentos: Tijera corta todo, tijera común, pinza Kelly recta y termómetro.

Este botiquín tiene un costo de \$130.000<sup>132</sup>. Anualmente se gastarán \$260.000, debido a que se ha considerado adquirir 2 botiquines al año.

### 3.5.4 Materiales para el aseo

En la Tabla 3.34 se discrimina el material que se considera necesario para realizar el aseo del Parque, con su respectivo costo.

**Tabla 3.34 Materiales de aseo**

CONCEPTO	PRESENTACIÓN	CANTIDAD ANUAL	PRECIO UNITARIO	COSTO ANUAL
Ambientador	Unidad	72	1.800	\$ 129.600
Límpido ajax	Galón 1800cc	48	2.700	\$ 129.600
Detergente AS	Bolsa 1 Kg.	48	2.850	\$ 136.800

<sup>131</sup> 2. "El patrono deberá tener en su establecimiento los medicamentos necesarios para las atenciones de urgencia en caso de accidente o ataque súbito de enfermedades de acuerdo con la reglamentación que dicte la Dirección de Medicina del Trabajo"

<sup>132</sup> Este valor fue obtenido por una cotización hecha en la droguería de la Cruz Roja de la ciudad de Popayán.



CONCEPTO	PRESENTACIÓN	CANTIDAD ANUAL	PRECIO UNITARIO	COSTO ANUAL
Jabón liquido	Unidad	48	7.050	\$ 338.400
Esponjas	Dos unidades	30	1.350	\$ 40.500
Limpiador Sanpic	Galón 1000ml	24	3.500	\$ 84.000
Paño absorbente	Unidad	24	2.850	\$ 68.400
Papel higiénico Familia	Rollos tres en uno x 4	180	5.850	\$ 1.053.000
Guantes	Unidad	10	\$ 1.800	\$ 18.000
<b>TOTAL DE MATERIALES PARA EL ASEO</b>				<b>\$ 2.051.100</b>

Fuente: Propia de la investigación.

El costo anual del material para el aseo de Divertura es de \$2.051.100

### 3.5.5 Servicios públicos

Para determinar el costo de los servicios públicos del área técnica del Parque se tuvo en cuenta el valor que pagan los sitios que prestan servicios similares a los de Divertura<sup>133</sup>, de acuerdo a esto se estableció que se pagará lo siguiente:

Energía: \$1.275.000

Agua: \$1.800.000

Total mensual: \$3.075.000

Por lo tanto, se ha estimado que el Parque Divertura anualmente cancele por servicios públicos \$36.900.000 aproximadamente.

### 3.5.6 Seguridad del Parque

Se requiere de una alarma que colabore con la seguridad de las instalaciones, este servicio tiene un costo de \$360.000 mensuales, para un total de \$4.320.000 al año.

La cotización del servicio de alarma se hizo en Seguridad del Cauca, empresa de vigilancia y seguridad electrónica en la ciudad de Popayán.

<sup>133</sup> Este valor se estimó de acuerdo a información suministrada en la empresa Cedelca S.A E.S.P y el Acueducto S.A E.S.P.

### 3.5.7 Costo de los Gastos Generales para la Prestación del Servicio

Con los costos obtenidos anteriormente, se presenta en la Tabla 3.35 el resumen de los ítems que componen los gastos generales para la prestación del servicio de la futura organización. Ahí se obtendrá el costo anual de dichos gastos.

**Tabla 3.35: Costo de los Gastos Generales para la Prestación del Servicio**

CONCEPTO	COSTO ANUAL
Mantenimiento de la granja	\$ 14.289.600
Mantenimiento Juegos Infantiles	\$ 553.600
Mantenimiento de las Piscinas	\$ 3.600.000
Mantenimiento de las canchas	\$ 400.000
Mantenimiento de los lagos	\$ 608.000
Mantenimiento General	\$ 2.000.000
Mano de obra indirecta	\$ 42.386.562
Botiquín	\$ 260.000
Materiales para el aseo	\$ 2.051.100
Servicios públicos	\$ 36.900.000
Seguridad de la empresa	\$4.320.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 107.368.862</b>

Fuente: Propia de la investigación.

El total del costo de los gastos generales para la prestación del servicio es de \$107.368.862.

## 3.6 RECURSOS HUMANOS

### 3.6.1 Determinación del personal requerido para la prestación del servicio

El Parque Divertura para la prestación de sus servicios necesitará del siguiente personal técnico:

**Tabla 3.36: Personal técnico requerido<sup>134</sup>.**

SERVICIO	PERSONAL REQUERIDO
Granja Interactiva	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2 personas para las taquillas.</li> <li>- 2 encargado del aseo y cuidado de los animales.</li> <li>- 1 Veterinario.</li> <li>- 3 Guías.</li> </ul>
Lago de Pesca	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1 persona para la taquilla.</li> <li>- 1 encargado de pesar y limpiar los peces.</li> <li>- 1 encargado del aseo y mantenimiento del lago.</li> </ul>
Lago Eco-recreativo	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1 persona para la taquilla: será la misma encargada del lago de pesca</li> <li>- 1 encargado del manejo de los botes.</li> <li>- 1 encargado del aseo y mantenimiento del lago: será el mismo del lago de pesca.</li> </ul>
Zona de Camping	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1 encargado del alquiler de carpas: Se hará en el área administrativa.</li> </ul>
Zona Recreativa	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2 personas para la taquilla: una en la entrada a la zona y la otra en las piscinas</li> <li>- 1 encargado del aseo y mantenimiento de las piscinas y las canchas.</li> <li>- 1 salvavidas.</li> </ul>
Juegos Infantiles	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1 persona para la taquilla: será la misma encargada de la zona recreativa.</li> <li>- 2 personas encargadas de los juegos inflables: una de ellas trabajará solamente de viernes a domingo.</li> <li>- 2 personas encargadas del brinca-brinca y el metropo: una de ellas trabajará solamente de viernes a domingo.</li> <li>- 1 encargado del mantenimiento de los juegos.</li> <li>- 1 encargado del aseo: será el mismo encargado de la zona recreativa.</li> </ul>
Zona representativa del Cauca	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 4 Guías: 2 de ellos trabajará solamente de viernes a domingo</li> <li>- 1 encargado del aseo: será el mismo encargado de la zona administrativa.</li> </ul>
Plaza de comidas	<ul style="list-style-type: none"> <li>- No se requiere de personal técnico del Parque porque los locales serán alquilados.</li> </ul>
Tu aporte al Parque	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1 recreacionista.</li> </ul>
Kiosco de eventos	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1 encargado del aseo: será el mismo encargado del Área Administrativa.</li> </ul>
Parque en general	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1 persona para la taquilla.</li> <li>- 6 personas encargadas de la seguridad de todo el Parque: 2 personas en cada turno diurno y 2 en el nocturno.</li> <li>- 1 Portero</li> <li>- 1 encargado del aseo de la zona administrativa y demás.</li> <li>- 4 guías: 2 de ellos trabajarán solamente de viernes a domingo.</li> <li>- 2 personas encargadas del mantenimiento de las zonas verdes.</li> </ul>

Fuente: Propia de la investigación.

### 3.6.2 Descripción de cargos

En la Tabla 3.37 se describen las responsabilidades, el nivel de educación, las habilidades y características del personal técnico requerido por el Parque.

<sup>134</sup> La determinación del personal requerido se basó en las necesidades que cada servicio tiene para atender satisfactoriamente a los clientes, de acuerdo a observaciones realizadas por las autoras del Proyecto y consulta a expertos.

**Tabla 3.37: Descripción de cargos**

CARGO	RESPONSABILIDADES	NIVEL DE EDUCACIÓN	HABILIDADES Y CARACTERÍSTICAS
Taquillero	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Vender o recibir el tiquete para que las personas puedan acceder a los servicios.</li> <li>- Alquiler y venta de implementos para los diferentes servicios.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diploma de bachiller.</li> <li>- Certificados de experiencia (si la tuviere).</li> </ul>	<p><b><u>Capacidad intelectual:</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Capacidad para aprender rápida y fácilmente;</li> <li>- Capacidad para observar, reunir, seleccionar y evaluar hechos;</li> <li>- Capacidad de razonamiento inductivo y deductivo;</li> <li>- Capacidad de sintetizar y generalizar;</li> <li>- Imaginación creativa, pensamiento original.</li> </ul> <p><b><u>Capacidad para entender a otras personas y trabajar con ellas:</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Respeto de los demás; tolerancia;</li> <li>- Capacidad para prever y evaluar las relaciones humanas;</li> <li>- Facilidad para establecer contactos;</li> <li>- Capacidad para ganarse la confianza y el respeto;</li> <li>- Cortesía y buenos modales.</li> </ul>
Oficios varios (Granja interactiva)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Limpieza diaria de las instalaciones.</li> <li>- Desinfección de las jaulas.</li> <li>- Cambio de camas.</li> <li>- Alimentar a los animales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diploma de bachiller.</li> <li>- Certificados de experiencia (si la tuviere).</li> <li>- Conocer sobre animales.</li> <li>- Conocer sobre procesos de sanidad.</li> </ul>	
Veterinario	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizar visitas periódicas para control de animales.</li> <li>- Presentar informes sobre el estado de los animales.</li> <li>- Atender las urgencias cuando sea necesario.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diploma de veterinario.</li> <li>- Experiencia certificada.</li> </ul>	
Guías de la granja interactiva	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizar recorrido con los visitantes de la granja.</li> <li>- Enseñar a ordeñar las vacas.</li> <li>- Manejar el carrusel.</li> <li>- Tomar fotos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diploma de bachiller.</li> <li>- Experiencia certificada.</li> <li>- Conocer sobre animales.</li> <li>- Saber ordeñar.</li> <li>- Conocimiento de primeros auxilios.</li> </ul>	
Pesar y limpiar los peces	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pesar los peces.</li> <li>- Limpiar los peces.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diploma de bachiller.</li> <li>- Certificados de experiencia (si la tuviere).</li> <li>- Conocimiento de primeros auxilios.</li> </ul>	

CARGO	RESPONSABILIDADES	NIVEL DE EDUCACIÓN	HABILIDADES Y CARACTERÍSTICAS
Oficios varios (Lagos)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Limpieza diaria de las instalaciones.</li> <li>- Alimentar a los peces, patos y gansos.</li> <li>- Mantenimiento del lago de pesca.</li> <li>- Mantenimiento del lago eco-recreativo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diploma de bachiller.</li> <li>- Experiencia certificada.</li> <li>- Conocer sobre peces, patos y gansos.</li> <li>- Conocer sobre procesos de sanidad.</li> <li>- Conocer sobre mantenimiento de lagos.</li> </ul>	<p><b><u>Capacidad para comunicar, persuadir y motivar:</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Capacidad para escuchar;</li> <li>- Facilidad para expresarse verbalmente y por escrito;</li> <li>- Capacidad para enseñar y formar a otras personas;</li> <li>- Capacidad para persuadir y motivar.</li> </ul>
Manejo de los botes	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Entregar chaleco salvavidas a los usuarios de los botes.</li> <li>- Recibir los tiquetes.</li> <li>- Indicar las normas de seguridad para el manejo de los botes.</li> <li>- Contabilizar el tiempo del turno.</li> <li>- Mantenimiento de botes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diploma de bachiller.</li> <li>- Experiencia certificada.</li> <li>- Conocer sobre mantenimiento de botes.</li> <li>- Conocimiento sobre primeros auxilios.</li> </ul>	<p><b><u>Madurez intelectual y emotiva:</u></b></p>
Oficios varios (Zona recreativa)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Limpieza diaria de las instalaciones.</li> <li>- Mantenimiento de las canchas deportivas.</li> <li>- Mantenimiento de las piscinas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diploma de bachiller.</li> <li>- Experiencia certificada.</li> <li>- Conocer sobre mantenimiento de canchas deportivas.</li> <li>- Conocer sobre mantenimiento de piscinas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Estabilidad de comportamiento y actitud;</li> <li>- Independencia para llegar a conclusiones imparciales;</li> <li>- Capacidad para soportar presiones;</li> <li>- Capacidad para actuar con serenidad y de manera tranquila y objetiva;</li> </ul>
Salvavidas	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Atender posibles emergencias.</li> <li>- Recreación de los clientes.</li> <li>- Orientación para aprender a nadar.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diploma de bachiller.</li> <li>- Experiencia certificada.</li> <li>- Conocimiento de primeros auxilios.</li> <li>- Saber nadar.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Autocontrol en todas las situaciones;</li> <li>- Flexibilidad y capacidad de adaptación a nuevas condiciones.</li> </ul>
Manejo de juegos infantiles	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Recibir los tiquetes.</li> <li>- Indicar las normas de seguridad para el uso de los juegos.</li> <li>- Contabilizar el tiempo del turno.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diploma de bachiller.</li> <li>- Certificados de experiencia (si la tuviere).</li> <li>- Conocimiento de primeros auxilios.</li> </ul>	

CARGO	RESPONSABILIDADES	NIVEL DE EDUCACIÓN	HABILIDADES Y CARACTERÍSTICAS
Recreacionista	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizar actividades lúdicas con los niños y/o adultos.</li> <li>- Cuidar a los niños.</li> <li>- Entregar los materiales a las personas que deseen realizar alguna actividad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diploma de bachiller.</li> <li>- Certificado de experiencia en recreación dirigida.</li> <li>- Conocimiento de primeros auxilios.</li> </ul>	<p><b><u>Energía personal e iniciativa:</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Grado adecuado de confianza en sí mismo;</li> <li>- Ambición sana;</li> <li>- Espíritu empresarial;</li> <li>- Valentía, iniciativa y perseverancia en la acción.</li> </ul> <p><b><u>Ética e integridad:</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Deseo sincero de ayudar a los demás;</li> <li>- Gran honestidad;</li> <li>- Capacidad para reconocer la limitación propia de la competencia; para admitir los errores y sacar enseñanzas de los fracasos.</li> </ul>
Guías de la zona representativa del Cauca	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizar recorrido con los visitantes.</li> <li>- Explicar lo que se va observando.</li> <li>- Manejar y cuidar los equipos audiovisuales de la zona.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diploma de bachiller.</li> <li>- Conocer sobre el Departamento Cauca</li> </ul>	
Vigilantes	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Velar por la seguridad de los visitantes.</li> <li>- Velar por la seguridad de los bienes muebles e inmuebles del Parque.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diploma de bachiller.</li> <li>- Experiencia certificada.</li> <li>- Realización de curso de vigilancia.</li> </ul>	
Guías del Parque	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Orientar a los visitantes del Parque dando información oportuna y veras sobre los servicios ofrecidos.</li> <li>- Realizar recorrido con los visitantes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diploma de bachiller.</li> <li>- Certificados de experiencia (si la tuviere).</li> <li>- Conocimiento de primeros auxilios.</li> </ul>	
Oficios Varios (Zona administrativa y demás)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Limpieza diaria de la zona administrativa.</li> <li>- Limpieza diaria de la Zona representativa del Cauca y kiosco de eventos.</li> <li>- Limpieza de otras zonas del Parque en caso de ser necesario.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diploma de bachiller.</li> <li>- Certificados de experiencia (si la tuviere).</li> </ul>	
Mantenimiento de zonas verdes	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cuidar las zonas verdes del Parque.</li> <li>- Podar el césped y los árboles.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diploma de bachiller.</li> <li>- Certificado de experiencia en mantenimiento de zonas verdes.</li> </ul>	

Es importante tener en cuenta que además de las responsabilidades descritas anteriormente cada funcionario debe responder por los equipos, elementos y materiales asignados para el desarrollo de sus labores.

### **3.6.3 Costo anual del personal técnico**

Para determinar el costo del personal técnico se tuvo en cuenta todas las disposiciones que por ley el Parque esta en obligación de cumplir, es así como se estableció el sueldo básico a paga a cada persona, el auxilio de transporte, las horas extra, los dominicales y los aportes parafiscales que debe pagar tanto la empresa como el empleado. En las tablas 3.38 y 3.39 de estos costos.

**Tabla 3.38: Costo anual del personal técnico<sup>135</sup>.**

Cargo	Sueldo Básico	Devengado				Dominicales	Valor Total Devengado	Deducciones		Valor Total Deducciones	Neto a pagar
		Días Laborados (Anual)	Básico Devengado (Anual)	Auxilio de Transporte (Anual)	Horas Extras (Anual)			Aportes para Salud	Aportes a Pensiones		
Taquillero1 - Granja Interactiva	\$ 448.800	360	\$ 5.385.600	\$ 572.400		\$ 1.570.800	\$ 7.528.800	\$ 301.152	\$ 291.741	\$ 592.893	\$ 6.935.907
Taquillero 2 - Granja Interactiva	\$ 448.800	360	\$ 5.385.600	\$ 572.400		\$ 1.570.800	\$ 7.528.800	\$ 301.152	\$ 291.741	\$ 592.893	\$ 6.935.907
Oficios varios - Granja Interactiva 1	\$ 448.800	360	\$ 5.385.600	\$ 572.400		\$ 1.570.800	\$ 7.528.800	\$ 301.152	\$ 291.741	\$ 592.893	\$ 6.935.907
Oficios varios - Granja Interactiva 2	\$ 448.800	360	\$ 5.385.600	\$ 572.400		\$ 1.570.800	\$ 7.528.800	\$ 301.152	\$ 291.741	\$ 592.893	\$ 6.935.907
Guía 1 - Granja interactiva	\$ 448.800	360	\$ 5.385.600	\$ 572.400		\$ 1.570.800	\$ 7.528.800	\$ 301.152	\$ 291.741	\$ 592.893	\$ 6.935.907
Guía 2 - Granja interactiva	\$ 448.800	360	\$ 5.385.600	\$ 572.400		\$ 1.570.800	\$ 7.528.800	\$ 301.152	\$ 291.741	\$ 592.893	\$ 6.935.907
Guía 3 - Granja Interactiva	\$ 448.800	360	\$ 5.385.600	\$ 572.400		\$ 1.570.800	\$ 7.528.800	\$ 301.152	\$ 291.741	\$ 592.893	\$ 6.935.907
Taquillero Lago de pesca y eco-recreativo	\$ 448.800	360	\$ 5.385.600	\$ 572.400		\$ 1.570.800	\$ 7.528.800	\$ 301.152	\$ 291.741	\$ 592.893	\$ 6.935.907
Oficios varios - Lago de pesca y eco-recreativo	\$ 448.800	360	\$ 5.385.600	\$ 572.400		\$ 1.570.800	\$ 7.528.800	\$ 301.152	\$ 291.741	\$ 592.893	\$ 6.935.907
Guía Zona C No. 1	\$ 448.800	360	\$ 5.385.600	\$ 572.400		\$ 1.570.800	\$ 7.528.800	\$ 301.152	\$ 291.741	\$ 592.893	\$ 7.528.800
Guía Zona C No. 2	\$ 448.800	360	\$ 5.385.600	\$ 572.400		\$ 1.570.800	\$ 7.528.800	\$ 301.152	\$ 291.741	\$ 592.893	\$ 7.528.800
Pesar y limpiar pescados	\$ 448.800	360	\$ 5.385.600	\$ 572.400		\$ 1.570.800	\$ 7.528.800	\$ 301.152	\$ 291.741	\$ 592.893	\$ 6.935.907
Oficios varios - Lago de pesca y eco-recreativo	\$ 448.800	360	\$ 5.385.600	\$ 572.400		\$ 1.570.800	\$ 7.528.800	\$ 301.152	\$ 291.741	\$ 592.893	\$ 6.935.907
Manejo de botes	\$ 448.800	360	\$ 5.385.600	\$ 572.400		\$ 1.570.800	\$ 7.528.800	\$ 301.152	\$ 291.741	\$ 592.893	\$ 6.935.907

<sup>135</sup> Para efectos de estos cálculos no se tuvo en cuenta los días lunes festivos.



Cargo	Sueldo Básico	Devengado				Dominicales	Valor Total Devengado	Deducciones		Valor Total Deducciones	Neto a pagar
		Días Laborados (Anual)	Básico Devengado (Anual)	Auxilio de Transporte (Anual)	Horas Extras (Anual)			Aportes para Salud	Aportes a Pensiones		
Taquillero Zona Recreativa	\$ 448.800	360	\$ 5.385.600	\$ 572.400		\$ 1.570.800	\$ 7.528.800	\$ 301.152	\$ 291.741	\$ 592.893	\$ 6.935.907
Taquillero Piscinas	\$ 448.800	360	\$ 5.385.600	\$ 572.400		\$ 1.570.800	\$ 7.528.800	\$ 301.152	\$ 291.741	\$ 592.893	\$ 6.935.907
Oficios varios - Zona recreativa	\$ 448.800	360	\$ 5.385.600	\$ 572.400		\$ 1.570.800	\$ 7.528.800	\$ 301.152	\$ 291.741	\$ 592.893	\$ 6.935.907
Salvavidas	\$ 448.800	360	\$ 5.385.600	\$ 572.400		\$ 1.570.800	\$ 7.528.800	\$ 301.152	\$ 291.741	\$ 592.893	\$ 6.935.907
Manejo juegos infantiles - Inflable 1y 2	\$ 448.800	360	\$ 5.385.600	\$ 572.400		\$ 1.570.800	\$ 7.528.800	\$ 301.152	\$ 291.741	\$ 592.893	\$ 6.935.907
Manejo juegos infantiles - Lona de brincos y metropo	\$ 448.800	360	\$ 5.385.600	\$ 572.400		\$ 1.570.800	\$ 7.528.800	\$ 301.152	\$ 291.741	\$ 592.893	\$ 6.935.907
Recreacionista	\$ 448.800	360	\$ 5.385.600	\$ 572.400		\$ 1.570.800	\$ 7.528.800	\$ 301.152	\$ 291.741	\$ 592.893	\$ 7.528.800
Oficios varios - Zona administrativa	\$ 448.800	360	\$ 5.385.600	\$ 572.400		\$ 1.570.800	\$ 7.528.800	\$ 301.152	\$ 291.741	\$ 592.893	\$ 7.528.800
Guía del Parque 1	\$ 448.800	360	\$ 5.385.600	\$ 572.400		\$ 1.570.800	\$ 7.528.800	\$ 301.152	\$ 291.741	\$ 592.893	\$ 7.528.800
Guía del Parque 2	\$ 448.800	360	\$ 5.385.600	\$ 572.400		\$ 1.570.800	\$ 7.528.800	\$ 301.152	\$ 291.741	\$ 592.893	\$ 7.528.800
Portero	\$ 448.800	360	\$ 5.385.600	\$ 572.400		\$ 1.570.800	\$ 7.528.800	\$ 301.152	\$ 291.741	\$ 592.893	\$ 7.528.800
Vigilante 1 - mañana	\$ 408.000	360	\$ 4.896.000	\$ 572.400		\$ 1.428.000	\$ 6.896.400	\$ 275.856	\$ 267.236	\$ 543.092	\$ 6.896.400
Vigilante 2 - mañana	\$ 408.000	360	\$ 4.896.000	\$ 572.400		\$ 1.428.000	\$ 6.896.400	\$ 275.856	\$ 267.236	\$ 543.092	\$ 6.896.400
Vigilante 1 - tarde	\$ 408.000	360	\$ 4.896.000	\$ 572.400		\$ 1.428.000	\$ 6.896.400	\$ 275.856	\$ 267.236	\$ 543.092	\$ 6.896.400
Vigilante 2 - tarde	\$ 408.000	360	\$ 4.896.000	\$ 572.400		\$ 1.428.000	\$ 6.896.400	\$ 275.856	\$ 267.236	\$ 543.092	\$ 6.896.400
Vigilante 1 - noche	\$ 408.000	360	\$ 4.896.000	\$ 572.400	\$ 8.568.000	\$ 1.428.000	\$ 15.464.400	\$ 618.576	\$ 599.246	\$ 1.217.822	\$15.464.400
Vigilante 2 - noche	\$ 408.000	360	\$ 4.896.000	\$ 572.400	\$ 8.568.000	\$ 1.428.000	\$ 15.464.400	\$ 618.576	\$ 599.246	\$ 1.217.822	\$15.464.400
<b>TOTAL</b>	<b>\$13.668.000</b>		<b>\$164.016.000</b>	<b>\$17.774.400</b>	<b>\$17.136.000</b>	<b>\$47.838.000</b>	<b>\$246.734.400</b>	<b>\$9.869.376</b>	<b>\$9.560.958</b>	<b>\$19.430.334</b>	<b>\$236.062.326</b>

Fuente: Propia de la investigación.

**Tabla 3.39: Aportes parafiscales**

<b>Aportes Parafiscales</b>	
<b>Aportes al AFP-Pensiones</b>	<b>\$ 28.682.874</b>
<b>Aportes al EPS- Salud</b>	<b>\$ 19.738.752</b>
<b>Aportes al ARS- Riesgos</b>	<b>\$ 1.287.954</b>
<b>Aportes a Cajas de Compensación Familiar</b>	<b>\$ 9.869.376</b>
<b>Aportes al ICBF</b>	<b>\$ 7.402.032</b>
<b>Aportes al SENA</b>	<b>\$ 4.934.688</b>
<b>Cesantías</b>	<b>\$ 20.552.976</b>
<b>Intereses Cesantías</b>	<b>\$ 2.466.357</b>
<b>Prima de Servicios</b>	<b>\$ 20.552.976</b>
<b>Vacaciones</b>	<b>\$ 10.264.151</b>
<b>TOTAL APORTES PATRONALES</b>	<b>\$ 125.752.135</b>

Fuente: Propia de la investigación.

El valor total a pagar al personal técnico es de \$372.486.535 al año<sup>136</sup>.

---

<sup>136</sup> Valor total devengado (\$246.734.400) más el total aportes patronales (\$125.752.135).

## **4. EDIFICIOS**

### **4.1 DESCRIPCIÓN**

El Parque *Divertura* busca ofrecer a sus clientes el sitio más apropiado para la diversión y cultura, es por esto que las autoras de este proyecto se basaron en la observación y el benchmarking para lograr así darle a este sitio la apariencia mas natural posible, es decir, en el momento en que ingresa el cliente, este se encontrará en un ambiente rodeado de naturaleza y vegetación donde además podrá encontrar gran variedad de servicios de diversión como son: Granja Interactiva, Lago de Pesca, Lago Eco-Recreativo, Zona Recreativa, Zona Representativa del Departamento del Cauca, zona de camping, tu aporte al Parque y un kiosco de eventos, dichos servicios son construidos en guadua lo que genera un aspecto campestre. Igualmente se tendrá una zona Administrativa que se encuentra a la entrada y un Parqueadero. Los baños están distribuidos por todo el Parque en sitios estratégicos.

Toda la decoración del Parque será alusiva al Departamento del Cauca, es decir, el Cliente al realizar el recorrido encontrará notas de interés o mensajes donde aprenderá de este Departamento.

### **4.2 COSTO**

El costo de la construcción del Parque se determinó para cada servicio de acuerdo a asesorías con expertos como lo son los Ingenieros Oscar Caicedo Fernández y Oscar Zambrano, quienes cotizaron el costo de los servicios como se presenta a continuación:

**Tabla 3.40: Costos de la construcción del Parque**

<b>Servicio</b>	<b>Costo</b>
Granja Interactiva	\$ 17.394.000
Lago de Pesca	\$ 21.438.000
Lago Eco-recreativo	\$ 48.000.000
Zona de Camping	\$ 2.700.000
Tu aporte al Parque	\$ 1.420.000
Zona Recreativa	\$ 81.441.140
Juegos Infantiles	\$ 656.700
Zona Representativa del Cauca	\$ 79.040.000
Kiosco de eventos	\$ 23.800.000
Plaza de Comidas	\$ 62.330.000
Parqueadero	\$ 85.450.500
Zona Administrativa	\$ 120.000.000
Senderos	\$ 2.587.920
Zonas Verdes	\$ 31.812.690
Puente	\$ 10.000.000
<b>Total</b>	<b>\$ 588.070.950</b>

Fuente: Propia de la investigación.

Los costos anteriores incluyen los materiales, equipos y mano de obra necesarios para la construcción de cada uno de los servicios del Parque, igualmente se tienen en cuenta los costos de las actividades del Plan de Manejo Ambiental para la fase de inversión.

## 5. ESPACIO FÍSICO/ DISTRIBUCIÓN DE PLANTA

El arreglo físico debe cumplir con una disposición de recursos materiales y humanos en forma tal que le permita alcanzar altos grados de eficiencia y rendimiento..... El medio físico de trabajo y la distribución de las instalaciones condicionan la productividad de los recursos humanos que laboran en ella”<sup>137</sup>

De acuerdo a las razones anteriormente expuestas y con base en la ingeniería del proyecto (proceso del servicio, tecnología y equipos) en el Parque Divertura se deberá contar con lo siguiente espacio físico:

- **Parqueadero (1)**

Será utilizado por las personas que laboran en el Parque que tengan vehículo y por los clientes que ingresen de esta forma, no tendrá costo adicional su utilización.

- **Zona administrativa (2)**

Es el primer contacto con el cliente, en este espacio se encuentran las diferentes oficinas donde funcionaran los departamentos establecidos en el estudio administrativo, igualmente se encuentra el punto de atención al cliente.

- **Tu aporte al Parque (3)**

Es un espacio en medio de la naturaleza en el cuál las personas pueden utilizar su creatividad y dejar un recuerdo al Parque con implementos como piedras, guadaña, pinturas entre otros, este servicio no tiene costo alguno. Además cuenta con un recreacionista, quien es el encargado de desarrollar actividades lúdicas con los niños y/o sus padres.

---

<sup>137</sup> TAWFIK, Louis. “*Administración de la Producción*”. Arreglo de las instalaciones y manutención. Pagina 131.

- **Plaza de comidas (5)**

Los clientes pueden disfrutar de diferentes tipos de comidas, puesto que se alquilarán los cuatro locales con los que se cuenta, los propietarios de dichos locales se encargarán de su funcionamiento pero siguiendo las condiciones y reglas del Parque de Diversión y Cultura.

- **Granja interactiva (6)**

Área acondicionada para tener contacto directo con animales domésticos, se puede comprar alimentos para interactuar con ellos, e igualmente se pueden comprar los animales.

- **Lago eco-recreativo (7)**

Existen diferentes alternativas para disfrutar en él: pasear en lanchas, disfrutar del paisaje caminando alrededor del lago o alimentar los animales.

- **Lago de pesca (8)**

Los visitantes pueden pescar diferentes especies las cuales se cobrarán de acuerdo al peso, el pescado si el visitante lo desea se entrega lavado. Todo pez que se pesque debe ser comprado, no se puede devolver al lago.

- **Zona recreativa (9)**

Se encuentran diferentes servicios tales como: piscinas, canchas polideportivas, cancha de voleypalya, se da la opción de alquilar los implementos para jugar.

- **Zona de camping (10)**

Se puede escoger entre la opción de alquilar las carpas o llevarlas, se paga por noche, se cuenta con un espacio para hacer fogatas.

- **Kiosco de eventos (11)**

Salón destinado para fiestas, eventos u ocasiones especiales. Se cobrará de acuerdo al tiempo de utilización y a la actividad que se vaya a desarrollar.

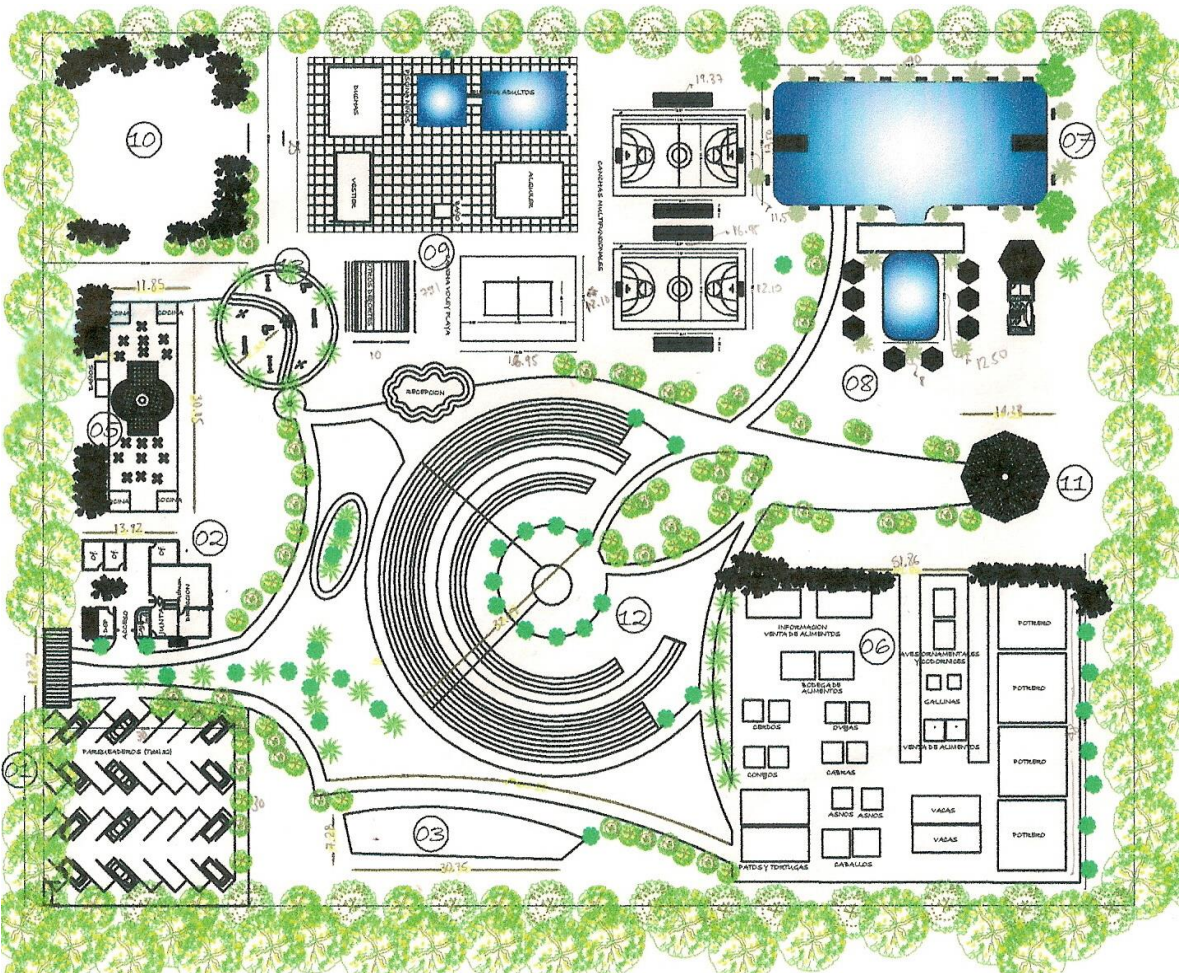
- **Zona “C” (12)**

Área destinada para mostrar los atractivos turísticos que posee el Departamento del Cauca, la distribución interna se determinará en el momento de realizar los estudios detallados y de firmar los convenios con las determinadas alcaldías.

- **Juegos infantiles (13)**

Los niños tienen la opción de divertirse al utilizar los diversos juegos que esta zona les ofrece, tales como lona de brincos, playground-metropo, columpios, inflables, entre otros.

Figura 3.22: Distribución de Planta



Fuente: Propia de la investigación



## **6. PROGRAMA PARA LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO**

### **6.1 ACTIVIDADES NECESARIAS**

Las actividades que se requieren en la fase de inversión, necesarias para cumplir con lo estipulado en este estudio de viabilidad, son las siguientes:

#### **A. Establecimiento de la organización encargada de la ejecución del proyecto:**

La organización encargada de la ejecución del proyecto se realizará por las autoras del mismo, puesto que son las directamente interesadas en crear el Parque de Diversión y Cultura, pero la construcción del mismo se entregará a una firma de ingenieros.

#### **B. Financiación del proyecto:**

El dinero se obtendrá de un crédito, aportes sociales de las gestoras del proyecto, otros socios y un socio que aporte el terreno. En este punto se deben realizar dichas gestiones.

#### **C. Aprobaciones requeridas para el montaje y funcionamiento del Parque:**

Obtener licencias de uso del suelo, licencia ambiental, aprobación del proyecto arquitectónico, todas las solicitudes de permisos a las autoridades.

#### **D. Elección de la tecnología:**

Se contactarán respectivamente a los proveedores que se mencionaron en el capítulo de la ingeniería del proyecto, realizando una evaluación previa para dicha elección.

#### **E. Estudios técnicos detallados:**

La realización de estos estudios le corresponde a la firma de ingenieros a la cuál se le entregará la construcción de la Planta física del Parque Divertura.

Entre dichos estudios está:

- Estudio del Equipo.
- Diseño y cálculo de edificaciones.
- Estudios eléctricos y sanitarios.
- Estudio de Obras de ingeniería civil.
- Estudio ambiental en profundidad.
- Estudio del terreno (Medición y estudio de suelos).

#### **F. Preparación de licitaciones:**

Se deben preparar las licitaciones para así dar a conocer el proyecto y obtener la mejor propuesta.

- Licitación de equipos.
- Licitación de edificio y administración.
- Licitación de planta y obras civiles.
- Licitación para decoración (debe estar enfocada a los aspectos turísticos)

#### **G. Evaluación de propuestas y adjudicación de contratos:**

Se evaluarán las propuestas presentadas por firmas de ingenieros y se adjudicarán bajo el criterio del personal especializado en proyectos.

- Contrato de equipos
- Contrato de edificios y obras civiles
- Contrato de ambientación y decoración.
- Contrato para la elaboración de la página Web.

#### **H. Investigación sobre el Departamento del Cauca:**

En esta investigación se debe realizar:

- Estudio sobre el Cauca
- Contacto a los Alcaldes

- Definición de qué mostrar en la zona
- Definición de cómo mostrarlo

**I. Adquisición del terreno:**

Se hace la compra del terreno y las respectivas gestiones notariales.

**J. Construcción del Parque de Recreación y Diversión:**

Se determinan los suministros e instalaciones y se inicia la construcción de edificios y obras civiles para finalmente realizar la ambientación y decoración del Parque.

**K. Establecimiento de la organización que se encargará del proyecto durante su fase operacional:**

Se realizarán convocatorias para la contratación del personal, se evaluarán las hojas de vida de los aspirantes, se realizarán entrevistas a los que cumplan con el perfil requerido de cada cargo, se realizarán pruebas psicológicas y psicotécnicas, se seleccionará el personal, una vez seleccionado el personal requerido, se les realizarán los respectivos exámenes médicos, si cumple con todos los requerimientos exigidos se procede a realizar el contrato y a cumplir la capacitación a todo el personal seleccionado. Se debe resaltar que de acuerdo a las políticas de Divertura este personal debe ser del Departamento del Cauca.

**L. Arreglos sobre los suministros:**

Verificación de los contratos con los proveedores de los materiales requeridos.  
Suministro de materias primas del Parque en general y de cada uno de los servicios, suministros del área administrativa.

**M. Comercialización previa a la prestación del servicio:**

Se realizarán charlas previas a la fase operacional del proyecto, además se publicitará la empresa con anuncios en la prensa y en la radio, por otro lado se

enviarán e-mail a las personas que contestaron la encuesta, informando la pronta inauguración de la empresa. Se realizará el plan promocional de expectativa descrito en el capítulo de mercados.

## 6.2 ESTIMACIÓN DEL TIEMPO

En la Tabla 3.41 se citan las actividades a realizar en la fase de inversión del proyecto, con su actividad precedente inmediata y tiempo estimado respectivamente<sup>138</sup>.

**Tabla 3.41: Secuencia de actividades y estimación de tiempos**

Actividad	Actividad Inmediata Precedente	Tiempo
		(Sem)
<b>A. ESTABLECIMIENTO DE LA ORGANIZACIÓN</b>		
A.1 Nombramiento de Directivos	-	1
A.2 Selección de personal adicional	-	1
<b>B. FINANCIACIÓN DEL PROYECTO</b>		
B.1 Gestiones con entidades bancarias	A	3
B.2 Gestiones con socios del proyecto	A	3
B.3 Gestiones con otros socios	A	3
B.4 Gestiones con socio del terreno	A	3
<b>C. APROBACIONES REQUERIDAS</b>		
C.1 Licencia Ambiental	B	3
C.2 Licencia de Uso de Suelo	B	3
C.3 Aprobación del Proyecto Arquitectónico	B	3
C.4 Aprobaciones adicionales requeridas	B	3
<b>D. ELECCION DE LA TECNOLOGÍA</b>		
D.1 Contratar proveedores de acuerdo a este estudio técnico.	C	1
<b>E. ESTUDIOS TÉCNICOS DETALLADOS.</b>		
E.1 Estudio del Equipo	D	3
E.2 Diseño y cálculo de Edificaciones	D	3
E.3 Estudio de Obras de ingeniería civil.	D	3
E.4 Estudio ambiental en profundidad.	D	3
E.5 Estudio del terreno (medición y estudio de suelos)	D	3
<b>F. PREPARACIÓN DE LICITACIONES</b>		
F.1 Licitación de equipos.	E	3
F.2 Licitación de Edificio y administración.	E	3
F.3 Licitación de planta y obras civiles.	E	3
F.4 Licitación para Decoración	E	3

<sup>138</sup> La estimación de este tiempo se realizó en Asesoría con el Ingeniero Civil Julián Osorio.

Actividad	Actividad Inmediata Precedente	Tiempo (Sem)
<b>G. EVALUACIÓN DE PROPUESTAS Y ADJUDICACIÓN DE CONTRATOS</b>		
G.1 Contrato de equipos	F	1
G.2 Contrato de edificios y obras civiles	F	1
G.3 Contrato de ambientación y decoración.	F	1
G.4 Contrato para la elaboración de la página Web.	F	1
<b>H. INVESTIGACIÓN SOBRE EL DEPARTAMENTO DEL CAUCA</b>		
H.1 Estudio sobre el Cauca	B	4
H.2 Contacto a los Alcaldes	H.1	2
H.3 Definición de qué mostrar en la zona	H.2	2
H.4 Definición de cómo mostrarlo	H.3	4
<b>I. COMPRA DEL TERRENO</b>		
I.1 Gestiones notariales.	G	2
<b>J. CONSTRUCCION DEL PARQUE DE RECREACIÓN Y DIVERSIÓN</b>		
J.1 Construcción de cada uno de los servicios establecidos.	I	30
<b>K. ESTABLECIMIENTO DE LA ORGANIZACIÓN QUE SE ENCARGARÁ DEL PROYECTO DURANTE SU FASE OPERACIONAL</b>		
K.1 Entrevista y selección del personal.	B	4
K.2 Capacitación del Personal.	K.1	4
<b>L. ARREGLOS SOBRE SUMINISTROS.</b>		
L.1 Suministro de materias primas del Parque en general	G	4
L.2 Suministro de materias primas de cada uno de los servicios	G	4
L.3 Suministros del área administrativa.	G	4
<b>M. COMERCIALIZACIÓN PREVIA A LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO.</b>		
M.1 Publicidad de Expectativa	K y L	4

Fuente: Propia de la investigación

### 6.3 PROGRAMACIÓN DE LA FASE DE INVERSIÓN

En la tabla 3.42 se presenta en un diagrama Gantt la programación de la fase de inversión del proyecto, el cual muestra el tiempo en el que se desarrollarán las actividades anteriormente descritas y se determinará el tiempo total que abarcará esta etapa del proyecto.

Tabla 3.42: Programación de la fase de inversión<sup>139</sup>

Actividad	Act Pre	t	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47								
<b>A. ESTABLECIMIENTO DE LA ORGANIZACIÓN</b>																																																									
A.1 Nominación de Directivos	-	1																																																							
A.2 Selección de personal adicional	-	1																																																							
<b>B. FINANCIACIÓN DEL PROYECTO</b>																																																									
B.1 Gestiones con entidades bancarias	A	3																																																							
B.2 Gestiones con socios del proyecto.	A	3																																																							
B.3 Gestiones con otros socios	A	3																																																							
B.4 Gestiones con socio del terreno	A	3																																																							
<b>C. APROBACIONES REQUERIDAS</b>																																																									
C.1 Licencia Ambiental	B	3																																																							
C.2 Licencia de Uso de Suelo	B	3																																																							
C.3 Aprobación del Proyecto Arquitectónico	B	3																																																							
C.4 Aprobaciones adicionales requeridas	B	3																																																							
<b>D. ELECCION DE LA TECNOLOGÍA</b>																																																									
D.1 Contratar proveedores de acuerdo a este estudio técnico.	C	1																																																							
<b>E. ESTUDIOS TÉCNICOS DETALLADOS.</b>																																																									
E.1 Estudio del Equipo	D	3																																																							
E.2 Diseño y cálculo de Edificaciones	D	3																																																							
E.3 Estudio de Obras de ingeniería civil.	D	3																																																							
E.4 Estudio ambiental en profundidad.	D	3																																																							
E.5 Estudio del terreno.(medición y estudio de suelos)	D	3																																																							
<b>F. PREPARACIÓN DE LICITACIONES</b>																																																									
F.1 Licitación de equipos.	E	3																																																							
F.2 Licitación de Edificio y administración.	E	3																																																							
F.3 Licitación de planta y obras civiles.	E	3																																																							
F.4 Licitación para Decoración	E	3																																																							

<sup>139</sup> Asesoría del Ingeniero Civil Julián Osorio.



De acuerdo con la programación presentada en la Tabla 3.42 la ejecución del proyecto se puede concluir en 47 semanas bajo condiciones normales.



## 6.4 GASTOS DE LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO

Los gastos que se incurrirán para la ejecución del proyecto son:

### 6.4.1 Gastos preoperativos de la fase de preinversión

En la Tabla 3.43 se muestra que para los gastos preoperativos de la fase de preinversión de este proyecto, se tienen en cuenta los gastos efectuados para este estudio, no se toma en cuenta los gastos de salarios debido a que el trabajo fue realizado por los interesados (autoras del proyecto).

**Tabla 3.43: Gastos preoperativos: Fase de preinversión**

Descripción	Costo
Realización Estudio de Viabilidad	\$1.000.000

Fuente: Propia de la investigación

El total de gastos preoperativos de la fase de preinversión del proyecto es de \$1.000.000

### 6.4.2 Gastos preoperativos de la fase de inversión

Estos gastos se componen de:

- Estudio de la Zona C: Estudio que determinará qué mostrar de los atractivos turísticos del Cauca y en qué forma se darán a conocer esta zona. Esto tiene un costo de \$2.448.000.

**Tabla 3.44: Costo estudio de la Zona C**

Concepto	Costo
Salario <sup>140</sup>	\$ 2.448.000
Materiales	\$ 150.000
Transporte	\$ 1.440.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 4.038.000</b>

Fuente: Propia de la investigación

<sup>140</sup> Para determinar este valor se tuvo en cuenta que trabajarán 2 personas durante 3 meses, pagándoseles un salario mínimo a cada una.

- Adecuación y Ambientación del lugar donde va a operar el Parque, para lo cual se invertirá en implementos como cuadros, lámparas, señalización, letreros, entre otros. Se estima un costo de \$7.920.000 aproximadamente.

**Tabla 3.45: Gastos de adecuación y ambientación**

Concepto	Detalle	Cantidad	Costo Unitario (\$)	Costo Total (\$)
Maqueta	Representación del Parque para que los visitantes conozcan los recorridos que puedan realizar	1	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000
Cuadros	Cuadros decorativos, para generar un ambiente agradable en las oficinas tanto para el personal de la empresa como para el cliente	7	\$ 20.000	\$ 140.000
Lámparas	Lámparas slim blancas con encendido instantáneo	7	\$ 20.000	\$ 140.000
Señalización		30	\$ 8.000	\$ 240.000
Letreros		50	\$ 8.000	\$ 400.000
Arreglos varios				\$ 2.000.000
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 7.920.000</b>

Fuente: Propia de la investigación

- Gastos Legales: Los que son necesarios para el establecimiento de la organización, éstos se explican en el Estudio Administrativo de este estudio. Se ha presupuestado un costo de \$295.900
- Publicidad de expectativa: un mes antes de empezar a funcionar al Parque se hará esta publicidad, esto se explica con mayor detalle en el Estudio del Mercado – Promoción. Esto tiene un costo de \$405.600<sup>141</sup>.

<sup>141</sup> Ver tabla 2.12: Presupuesto de publicidad para la fase de inversión y operación.

- Plan de manejo ambiental: es el plan necesario para contrarrestar el impacto sobre el medio ambiente por la construcción del Parque. Se ha estimado un costo de \$2.000.000<sup>142</sup>.
- Personal administrativo: es el personal administrativo necesario en la fase de inversión. Su costo asciende a \$63.617.325.<sup>143</sup>

En la Tabla 3.46 se resumen los gastos preoperativos de la fase de inversión.

**Tabla 3.46: Gastos preoperativos: Fase de inversión**

<b>Descripción</b>	<b>Costo</b>
Estudio Zona C	\$ 2.448.000
Adecuación y Ambientación	\$ 7.920.000
Gastos Legales	\$ 295.900
Publicidad de expectativa	\$ 405.600
Plan de manejo ambiental	\$ 2.000.000
Personal administrativo - Fase de inversión	\$ 63.617.325
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 76.686.825</b>

Fuente: Propia de la investigación

El total de gastos preoperativos de la fase de inversión del proyecto es de \$76.686.825

A continuación en la Tabla 3.47 se determina el total de los gastos preoperativos del proyecto, tanto de su fase de preinversión como la de inversión.

**Tabla 3.47: Total gastos preoperativos**

<b>Descripción</b>	<b>Costo</b>
Fase de preinversión	\$1'000.000
Fase de inversión	\$76.686.825
<b>Total</b>	<b>\$77.686.825</b>

Fuente: Propia de la investigación

\$77.686.825 es el total de los gastos preoperativos del presente proyecto.

<sup>142</sup> Ver Evaluación Ambiental - Plan de Manejo Ambiental

<sup>143</sup> Ver Estudio Administrativo - Organización para la fase de inversión.

## 7. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO TECNICO

- La capacidad instalada del Parque Divertura es de 374.400 visitas al año, la cual esta determinada por la capacidad de la granja interactiva, servicio de gran preferencia entre los clientes.
- La demanda de los servicios del Parque (1.283.255 visitas para el primer año) es superior a la que se está en capacidad de atender al 29.18% de la demanda (374.400 visitas al año), razón por la cual durante todos los años de vida del proyecto se trabajará al 100%.
- La localización óptima para la prestación de los servicios del Parque Divertura es la ciudad de Popayán, Municipio escogido es ahí donde se encuentra el mercado objetivo del Parque. El lugar específico de la ubicación del Parque es El Tablazo, alternativa que al ser evaluada fue escogida por su puntaje (4.05).
- El proceso para la prestación de los servicios del Parque Divertura depende de los gustos y preferencias de cada visitante, pues todos los servicios están conectados entre sí, dándoles la posibilidad de escoger el que desee disfrutar.
- Una vez analizados los costos de los diferentes servicios mencionados en el estudio de Mercados, se ratificó que los servicios del Salón de Juegos Tradicionales no se ofrecerán puesto que sus costos son demasiado elevados comparados con el porcentaje de la población que prefirió este servicio en la investigación de mercados, el resto de servicios si se ofrecerán.

- El costo de los semovientes y equipos que se necesitan para la prestación de los servicios del Parque es de \$92.814.580 y el de los equipos de apoyo al proceso es de \$8.746.329; por lo tanto el total del costo de los semovientes y equipos asciende a \$101.560.909. El costo de materiales e insumos (costos fijos) es de \$216.186.943.
- Los gastos generales para la prestación del servicio ascienden a \$107.368.862, los cuales incluyen el mantenimiento de la granja interactiva, los lagos de pesca, las piscinas y ylas canchas; el costo de mano de obra indirecta; el botiquín, los materiales para el aseo, el costo de los servicios públicos y el costo de la seguridad de la empresa.
- El recurso humano requerido para la prestación de los servicios de la organización durante los años de vida del proyecto son: Para el área administrativa, 1 gerente, 5 jefes de áreas, 1 asistente administrativa, 7 asistentes de las diferentes áreas y 31 personas de personal operativo, de los cuales hace parte personal de mantenimiento, vigilantes, recreacionistas, guías, taquilleros, entre otros. El costo total del recurso humano para el primer año de operación del proyecto es de \$372.486.535 para el personal operativo y de \$ 316.082.394 para el personal administrativo.
- La construcción de edificios y obras civiles se entregará a una firma de ingenieros y su costo asciende a \$ 588.070.950.
- La ejecución del proyecto puede cumplirse en 47 semanas en condiciones normales, en esta etapa se incurrirán en unos gastos que se totalizaron en \$76.686.825, los cuales se generan por las actividades requeridas en la fase de preinversión e inversión del proyecto.

- Es necesario realizar un estudio en profundidad para tomar diferentes tipos de decisiones sobre la Zona C, dichos estudios están contemplados en la programación para la fase de ejecución.
- La zona "C", requiere de una inversión de \$12.498.200, precio que representa el valor de los equipos necesarios para complementar la información que se busca transmitir acerca del turismo Caucaño. Cabe resaltar que los valores tenidos en cuenta hacen parte de un rubro que se puede incrementar en el momento en que se hagan los estudios en profundidad de esta zona.

## CAPITULO IV ESTUDIO ADMINISTRATIVO

### 1. CONSTITUCIÓN DEL PARQUE Y DISPOSICIONES LEGALES<sup>144</sup>

#### 1.1 CLASE DE SOCIEDAD

*Divertura* constituirá un régimen de responsabilidad LIMITADA de los socios, manejando los siguientes criterios:

- La conformación de la empresa se iniciará con 3 socios, quienes responderán hasta el monto de sus aportes.
- Los derechos de los socios se dividirán en cuotas de igual valor, sin estar representadas en títulos negociables, pero si pueden cederse de acuerdo con los requisitos de la reforma estatutaria establecida.
- La constitución de la sociedad establecerá un capital social de \$60.000.000 millones de pesos inicialmente.
- La administración de la empresa estará a cargo de los socios, los cuales establecerán cláusulas, que imposibiliten el ingreso de socios ajenos a la sociedad y si hubiere lugar, la unanimidad lo aceptaría.
- El capital social necesario para el establecimiento de la empresa, será en igual participación, cuyo monto inicial para cada uno de los socios es de \$20.000.000 acumulables e indivisibles, los cuales no podrán ser utilizados como títulos negociables o transformados en acciones.

**Constitución.** La forma de constitución escogida para la empresa, esta condicionada al otorgamiento de la escritura pública y su inscripción en el Registro Mercantil, en los cuales se especificará la siguiente información:

---

<sup>144</sup> Todos los costos de las disposiciones legales y constitución de la empresa, se resumen al final de esta sección del capítulo.

La identidad de los socios para la empresa es: LADY FAISSURY BEDOYA, ILIANA ANDREA LOPEZ, MARIA CLAUDIA TORRES.

- Expresan voluntad de constituir una sociedad de responsabilidad limitada.
- El aporte social es de \$ 20.000.000 millones de pesos.
- Los estatutos de la sociedad, serán realizados y aprobados por quienes rigen la comercializadora.
- Todos los pactos y condiciones que los socios juzguen establecer.
- La denominación de la sociedad será **DIVERTURA Ltda.**
- El objeto social es facilitar un sitio para la comunidad del Cauca, en donde se pueda ofrecer sano esparcimiento y recreación, por medio de la realización de diferentes actividades lúdicas y también a través del conocimiento del patrimonio cultural y natural que posee el Departamento.
- El domicilio social será Popayán en el barrio Campo Bello, al norte de la ciudad en la Loma del Tablazo.
- El modo de organización administrativa de la sociedad, será de acuerdo con los términos establecidos por la ley.
- Los demás pactos lícitos y condiciones especiales que los socios juzguen conveniente establecer.

## **1.2 DISPOSICIONES LEGALES**

### **1.2.1 Constitución jurídica de Divertura**

#### *Requisitos y Procedimientos*

- Escritura de Constitución.
- Registro Cámara de Comercio. Para ello es necesario comprar un juego de formularios para matrícula comerciante y del establecimiento además de cancelar los derechos de matrícula y la inscripción de la escritura.



- De igual forma se deben registrar los siguientes libros: Libro de Actas, de Registro de Socios, Mayor y Balances, Diario, e Inventarios.
- Registro Gobernación.
- Inscripción en el RUT ó Muisca en la DIAN (Régimen común).
- Registro Industria y Comercio.
- Permiso de Uso de Suelo (Municipio).
- Permiso de Funcionamiento (Municipio).
- Paz y Salvo – Sanidad (Salud Pública).
- Paz y Salvo Bomberos.
- Adicionalmente existen otros registros que implican un pago de acuerdo al capital de la empresa.

### **1.2.2 Parte laboral y jurídica**

- Contratos de trabajo (Ley 50)<sup>145</sup>.
- Afiliación a seguridad social (salud, pensión y riesgos profesionales).
- Afiliación – Caja de Compensación Familiar (Derecho Subsidio, menos de dos salarios mínimos mensuales legales vigentes).
- Reglamento Interno de Trabajo (Hacerlo ante la Oficina de Trabajo).
- Reglamento de Salud Ocupacional (Gestión con la EPS).
- Pago de Cesantías a un Fondo de pensiones (Horizonte, Porvenir, etc.)

**NOTA:** Para su buen funcionamiento se debe hacer la apertura de una cuenta corriente para los depósitos de los ingresos y todos los pagos se deben hacer con cheque, salvo los gastos menores; hay que tener los soportes de ingresos y egresos (facturas, comprobantes de pago).

---

<sup>145</sup> **LEY 50 DE 1990** de diciembre 28. Código Sustantivo de Trabajo.

**Tabla 4.1: Gastos disposiciones legales DIVERTURA**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR (\$)</b>
En la notaria se pueden ir 5 hojas notariales (Notaria Primera)	\$ 65.000
CAMARA DE COMERCIO. Juego de formularios para la matricula del comerciante y del establecimiento.	\$ 2.900
Derechos de Matricula	\$ 99.000
Inscripción de la Escritura	\$ 21.000
Registro en la Gobernación	\$ 24.000
Registro de los siguientes libros: actas, registro de socios, mayor y balances, diario e inventarios; \$ 21.000, cada uno.	\$ 84.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 295.900</b>

Fuente: Propia de la Investigación.

## 2. ORGANIZACIÓN PARA LA FASE DE INVERSIÓN DEL PROYECTO

### 2.1 ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

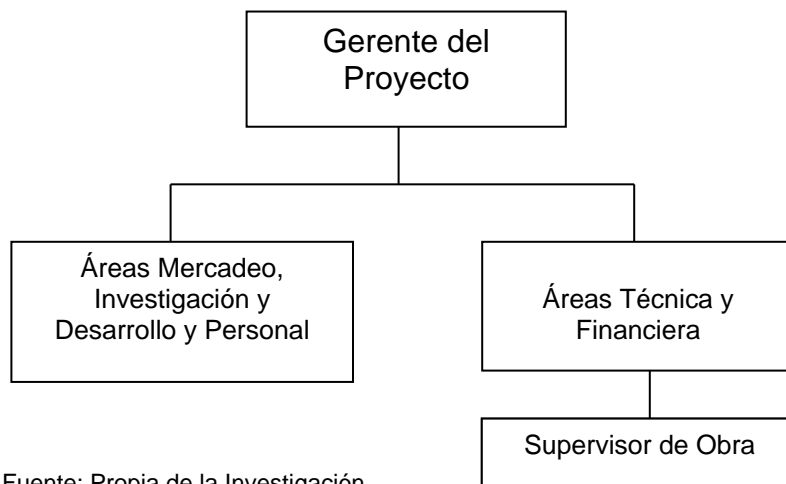
El personal administrativo en la fase de inversión estará integrado por las autoras del presente proyecto que tendrán a cargo tanto la Gerencia del Parque como la coordinación de las diferentes áreas funcionales, y que contarán con la colaboración de un supervisor de obra.

Por lo anterior los cargos administrativos para esta fase quedarán distribuidos así:

- Una persona se encargará de la Gerencia General.
- Una persona se encargará del área de Mercadeo, Investigación y Desarrollo y Personal.
- Una persona se encargará del área Técnica y de Finanzas.

Para cumplir lo mencionado anteriormente se trabajará con la estructura organizacional que se muestra en la Figura 4.1

**Figura 4.1. Estructura Organizacional -Fase de Inversión-**



Fuente: Propia de la Investigación.

## 2.2 DESCRIPCIÓN DE CARGOS

En la tabla 4.2 se describen los cargos del personal que estará encargado de la fase de inversión del proyecto.

**Tabla 4.2: Descripción de cargos de la fase de inversión del proyecto**

Cargo	Funciones	Requisitos
Gerente del Proyecto	<ul style="list-style-type: none"> <li>Planear, Dirigir la ejecución y Evaluar el proyecto en la fase de inversión.</li> </ul>	Profesional con conocimientos administrativos en todas las áreas de la empresa, manejo de personal y de recursos.
Área Técnica y Financiera	<p>Área Técnica:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Tramitar cada uno de los documentos de constitución de la empresa.</li> <li>Elección definitiva de la tecnología</li> <li>Realizar y/o coordinar estudios técnicos detallados</li> <li>Realizar las contrataciones respectivas para los suministros.</li> <li>Formular y desarrollar los métodos adecuados para que la prestación del servicio sea la que permita fascinar al cliente.</li> <li>Controlar en conjunto con el supervisor el desarrollo de la obra.</li> </ul> <p>Área de Finanzas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Consecución de la Financiación del proyecto</li> <li>Llevar un archivo y soporte de cada uno de los documentos contables.</li> <li>Coordinación de la financiación, gastos e ingresos durante esta etapa.</li> </ul>	Profesional con conocimientos administrativos en finanzas y producción.
Área Mercadeo, Investigación y Desarrollo y Personal	<p>Área de Mercadeo:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Comercialización previa a la prestación del servicio.</li> <li>Diseñar un plan de mercadeo que se amolde a las exigencias del mercado actual.</li> </ul> <p>Área de Personal:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Definir o ratificar este estudio, con respecto a la organización que se encargará del proyecto durante su fase operacional.</li> <li>Seleccionar personal para la fase operacional.</li> </ul> <p>Área de Investigación y Desarrollo:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Proponer su política de calidad con un enfoque continuo hacia la mejora de los resultados y procedimientos para conseguir productos y servicios el nivel de calidad esperado, en el tiempo y dentro de los objetivos trazados.</li> <li>Investigar acerca del turismo Caucano para poder asesorar a las personas que exponen en la zona "C" y lograr así una mejor promoción.</li> </ul>	Profesional con conocimientos administrativos en mercadeo y personal

Fuente: Propia de la Investigación.

## 2.3 NÓMINA FASE DE INVERSIÓN<sup>146</sup>

**Tabla 4.3: Nómina – Fase de inversión**

DIVERTURA Ltda.												
Cargo	Sueldo Básico	Devengado				Valor Total Devengado	Deducciones				Valor Total Deducciones	Neto a pagar
		Días Laborados (anual)	Básico Devengado (anual)	Auxilio de Transporte	Horas Extras		Retención de Salarios (anual)	Aportes para Salud	Aportes a Pensiones	Fondo de Solidaridad		
Gerente	1.100.000	329	12.063.333			12.063.333		482.533	467.454	62.971	1.012.958	11.050.375
Coordinador Área de Finanzas y Técnica	1.100.000	329	12.063.333			12.063.333		482.533	467.454	62.971	1.012.958	11.050.375
Coordinador Área de Mercadeo, Investigación y Desarrollo y Personal	1.100.000	329	12.063.333			12.063.333		482.533	467.454	62.971	1.012.958	11.050.375
Supervisor de la obra	850.000	210	5.950.000			5.950.000		238.000	230.563	31.059	499.622	5.450.379
<b>TOTAL</b>	<b>4.150.000</b>		<b>42.140.000</b>			<b>42.140.000</b>	<b>0</b>	<b>1.685.600</b>	<b>1.632.925</b>	<b>219.971</b>	<b>3.538.496</b>	<b>38.601.504</b>

Fuente: Propia de la Investigación.

<sup>146</sup> La nómina anterior contiene los gastos de la fase de inversión del proyecto, con sus respectivas deducciones para el año; en la fase Operacional, los costos aumentan debido a que la solvencia del Parque es mucho mayor, ocasionando que se contrate un mayor número de personas y que los salarios sean mejores.

**Tabla 4.4: Aportes del Patrono ó Empleador- Fase de inversión**

<b>Empresa Divertura Ltda</b>	
<i>Aportes Parafiscales</i>	
Aportes al AFP -Pensiones	4.898.775
Aportes al EPS-Salud	3.371.200
Aportes al ARS-Riesgos	219.971
Aportes a las Cajas de Compesación Familiar	1.685.600
Aportes al ICBF	1.264.200
Aportes al Sena	842.800
Cesantías	3.510.262
Intereses Cesantías	421.231
Prima de Servicios	3.510.262
Vacaciones	1.753.024
<b>TOTAL APORTES PATRONALES</b>	<b>21.477.325</b>

Fuente: Propia de la Investigación.

Por lo anterior se tiene que el total de la Nómina en la fase de inversión de Divertura es de: \$63'317.325.

### **3. ORGANIZACION PARA LA FASE OPERACIONAL DEL PROYECTO**

#### **3.1 FILOSOFÍA ORGANIZACIONAL**

La filosofía organizacional que se tendrá dentro de la empresa estará basada en el mejoramiento continuo, que es el que nos faculta a desarrollar una gestión permanente de las no conformidades y de las acciones preventivas y de mejora. Permittiéndonos generar indicadores para medir y mejorar la eficacia de nuestras acciones.

Además, el mejoramiento continuo es ahora un requisito que nos permite gestionar todo el proceso desde la creación de la acción, en este caso el servicio de recreación que ofrecerá *Divertura* hasta su cierre.

Para *Divertura*, es esencial esta filosofía ya que permitirá diferenciarse, logrando que los clientes nos prefieran y vivan una nueva aventura.

##### **3.1.1 Misión**

*DIVERTURA*, es un Parque recreativo dedicado a la prestación de servicios de esparcimiento y a la promoción del turismo del Departamento del Cauca, que cuenta con los recursos y tecnología necesaria; vela por el bienestar de sus trabajadores quienes son personas responsables, alegres y capacitadas; y se basa en la filosofía de mejoramiento continuo, para así brindar a sus clientes la oportunidad de vivir una nueva aventura.

##### **3.1.2 Visión**

Llegar a ser en el año 2012 el Parque recreativo líder en la prestación de servicios de esparcimiento y en la promoción del turismo del Departamento del Cauca con

proyección nacional e internacional, basándose en la filosofía del mejoramiento continuo para así ofrecer el mejor servicio de la ciudad de Popayán, sirviendo como ejemplo para impulsar el desarrollo de la empresas que existen en la región.

### 3.1.3 Objetivos

- Ofrecer el mejor servicio de esparcimiento y promoción del turismo Caucano.
- Obtener ingresos incrementales a largo plazo, derivados de los procesos eficientes de la organización.
- Establecer mecanismos de control en todas las áreas de la empresa de acuerdo a las normas internacionales de calidad en prestación de servicios de parques (teniendo como referencia, los de nivel nacional e internacional), para así ofrecer un servicio confiable.
- Generar mayor valor agregado para nuestros clientes en relación a la competencia.
- Promover el liderazgo, trabajo en equipo y la comunicación efectiva; entre el talento humano de Divertura.
- Contribuir a la formación integral de los miembros de la organización a través de capacitaciones que incrementen el conocimiento de los temas relacionados con el área en que se desempeñan.
- Integrar a miembros de la organización, proveedores e inversionistas, en el compromiso del mejoramiento continuo para Divertura.
- Proveer a los socios y accionistas de la empresa unos dividendos justos y atractivos.

### 3.1.4 Principios

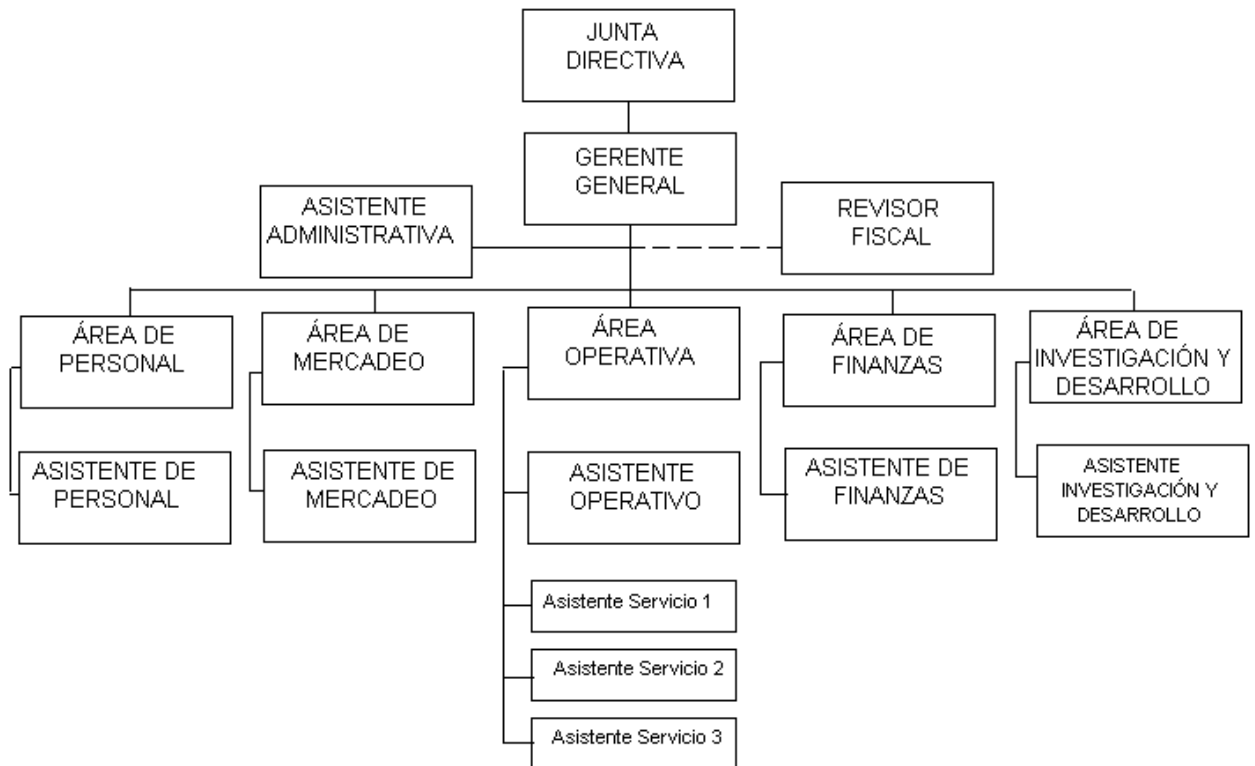
- **ESPIRITU PIONERO:** Marcamos la ruta, ya que creemos en lo nuestro, por lo que ponemos en practica lo que sabemos, buscando cada vez ser los mejores.



- **PLANEACION:** De las actividades que queremos desarrollar, con el fin de conocer lo que queremos alcanzar y tener la forma de medirlo en el momento de aplicar mecanismos de control.
- **INTEGRIDAD:** Manifestada en la ética, honestidad, rectitud y responsabilidad en los negocios.
- **RESPECTO POR LA GENTE:** Manifestado en el buen trato, la equidad y el reconocimiento de los derechos de nuestra gente, pues valoramos la diversidad y a la vez fomentamos un ambiente en el cual todas las personas se sientan incluidas y motivadas por brindar la mejor contribución individual al desarrollo de la organización.
- **PARTICIPACION:** De forma proactiva de todas las personas que hacen parte en la organización, con el fin de obtener la sinergia necesaria para que la suma de todos los aportes de un resultado mayor y mejor.
- **AUSTERIDAD:** Representada en obtener lo que se necesita, maximizando la utilización de los recursos con criterio de excelencia y sin ostentación, evaluando siempre las inversiones y gastos para la permanencia de nuestra organización.
- **RESPONSABILIDAD SOCIAL:** Trabajamos en el mejoramiento continuo de la sociedad en que vivimos y trabajamos con el compromiso del desarrollo permanente de nuestra gente, la comunidad, los proveedores y el medio ambiente.
- **LA GENTE DE DIVERTURA:** Contamos con el recurso humano mas selecto comprometido con la organización. Promovemos el compromiso mutuo entre nuestra institución y sus empleados, basado en relaciones justas y equitativas que posibiliten la realización reciproca y el logro de los objetivos comunes. Nuestra gente es la fuerza y vitalidad fundamental de nuestra empresa.

### 3.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Figura 4.2 Estructura organizacional – Fase operacional



Fuente: Realización propia de la investigación.

La figura anterior, representa la estructura organizativa con la que se trabajará en la fase operativa del Parque *Divertura*, con sus áreas funcionales, personal, mercadeo, operativa, finanzas y de investigación y desarrollo, con sus respectivos asistentes; además de mostrarse las tres dependencias para los personas que liderarán la coordinación de los servicios que se prestarán y que se incluyen porque ellos no serán técnicos si no administrativos que necesitan estar controlando el desarrollo de las actividades al interior de cada servicio.

**3.2.1 Descripción de cargos.** A continuación se presentan las funciones, el nivel de educación y las responsabilidades de cada uno de los integrantes del área administrativa de Divertura.

**Tabla 4.5: Descripción de cargos - Junta directiva y gerente general**

CARGO	RESPONSABILIDADES	NIVEL DE EDUCACIÓN	HABILIDADES Y CARACTERÍSTICAS
<p style="text-align: center;">JUNTA DIRECTIVA</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaborar y aprobar el Plan Estratégico de la Organización.</li> <li>• Nombrar y remover libremente al Gerente General de la organización.</li> <li>• Revisar y Aprobar los informes presentados por el Gerente General, sobre las actividades desarrolladas por la empresa.</li> <li>• Delegar al Gerente las funciones que estime conveniente para dar mayor agilidad al funcionamiento de la empresa.</li> <li>• Aprobar el presupuesto de la organización.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Profesionales de cualquier área.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Habilidad para establecer una red amplia y efectiva de relaciones humanas a nivel nacional e internacional, en áreas de actividad diversa, pues dará como resultado la excelencia en la dirección y la fidelización de clientes.</li> </ul>
<p style="text-align: center;">GERENTE GENERAL</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Representar a la empresa en todos los actos que celebre con terceros, tanto jurídica como extra-jurídicamente.</li> <li>• Dirigir a la empresa de conformidad con las decisiones de la Junta Directiva y las políticas de la organización.</li> <li>• Cumplir y hacer cumplir las políticas y reglamentos, acuerdos y decisiones de la Junta Directiva.</li> <li>• Designar al personal de la empresa cuyo nombramiento no lo realice la Junta Directiva.</li> <li>• Coordinar visitas a clientes importantes o a posibles inversionistas para DIVERTURA.</li> <li>• Garantizar la seguridad del cliente interno de la empresa.</li> <li>• Coordinar y trabajar en equipo con las diferentes áreas de la organización.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Profesional con conocimientos en Administración de Empresas.</li> <li>• Experiencia en la dirección de Proyectos.</li> <li>• Conocimiento acerca del turismo y manejo de parques.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Profesionales que estén en busca de nuevas oportunidades de negocios.</li> <li>• Personal con mucha motivación para dirigir.</li> <li>• Poseedores de integridad moral y ética.</li> <li>• Perseverantes y Constantes, en la lucha por conseguir los objetivos de la organización.</li> </ul>

Fuente: Propia de la Organización.

**Tabla 4.6: Descripción de cargos - Asistente administrativa**

CARGO	RESPONSABILIDADES	NIVEL DE EDUCACIÓN	HABILIDADES Y CARACTERÍSTICAS
<p style="text-align: center;">ASISTENTE ADMINISTRATIVA</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atender al público, brindando la información necesaria acerca de los paquetes turísticos que ofrece DIVERTURA.</li> <li>• Redactar documentos necesarios para llevar el control de la empresa.</li> <li>• Controlar la agenda donde se indican las actividades a realizar por el gerente y directores de área.</li> <li>• Llevar y mantener un estricto control de la correspondencia que ingresa y egresa.</li> <li>• Las demás responsabilidades que sean de su competencia y que las asigne el Gerente General, teniendo en cuenta que deben ser especificadas con anterioridad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diploma de bachiller.</li> <li>- Certificados de experiencia, en otras empresas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Persona honesta y responsable, ágil y activa.</li> <li>• Poseedora de buenas relaciones humanas con clientes externos e internos tanto presencialmente como por teléfono.</li> <li>• Que pueda trabajar bajo presión.</li> </ul>

Fuente: Propia de la Organización.

**Tabla 4.7: Descripción de cargos - Mercadeo y Personal**

CARGO	RESPONSABILIDADES	NIVEL DE EDUCACIÓN	HABILIDADES Y CARACTERÍSTICAS
MERCADERO	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificar las necesidades del mercado para desarrollar o introducir nuevos servicios, definiendo de esta manera lo que el consumidor quiere, desea o necesita en el y del Parque en el momento oportuno y al precio adecuado.</li> <li>• Diseñar y ejecutar estrategias diferenciadoras del marketing.</li> <li>• El asistente deberá colaborar en la promoción, Publicidad y Ventas, además manejar lo relacionado con Servicio al cliente y Control de calidad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Administrador de Empresas con especialización en marketing ó profesional en el área del marketing.</li> <li>• Experiencia mínima de dos años.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ser conocedor de la información que se maneja en el medio.</li> <li>• Profesional dispuesto al cambio y a trabajar bajo presión.</li> <li>• Persona creativa y responsable.</li> <li>• Disposición para trabajar en equipo.</li> <li>• Habilidad para transmitir motivación tanto individualmente como en grupo.</li> </ul>
PERSONAL	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Definir los programas de reclutamiento<sup>147</sup>, selección y capacitación.</li> <li>• Conseguir y conservar el talento humano de trabajo, para que integre la organización de DIVERTURA.</li> <li>• Encaminar los objetivos tanto del equipo como de la organización en el mismo sentido, con el fin de realizar una sinergia que permita que la suma de esfuerzos de una organización ofrezca la mejor calidad y desempeño.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Administrador de Empresas ó Ingeniero Industrial.</li> <li>• Experiencia mínima de dos años en el área.</li> <li>• Amplios conocimientos en aspectos legales y laborales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ser conocedor de la información que se maneja en el medio.</li> <li>• Profesional dispuesto al cambio y a trabajar bajo presión.</li> <li>• Persona creativa y responsable.</li> <li>• Disposición para trabajar en equipo.</li> <li>• Habilidad para transmitir motivación tanto individualmente como en grupo.</li> </ul>

<sup>147</sup> Al final de la descripción de cargos se encuentran dos figuras que muestran el proceso de selección y contratación en DIVERTURA.

**Tabla 4.8: Descripción de Cargos - Área de Operaciones, Finanzas e Investigación y Desarrollo**

CARGO	RESPONSABILIDADES	NIVEL DE EDUCACIÓN	HABILIDADES Y CARACTERÍSTICAS
<b>OPERACIONES</b> <sup>148</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Formular y desarrollar los métodos más adecuados para que la prestación del servicio sea la que permita fascinar al cliente.</li> <li>• El asistente de operaciones deberá trabajar en conjunto con los asistentes de servicios<sup>149</sup>; y necesita tener en cuenta lo relacionado con el abastecimiento de los insumos, el mantenimiento y el cuidado del medio ambiente.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Profesional con conocimientos en el área del manejo de operaciones en parques de atracciones o temáticos.</li> <li>• Conocimiento en el mantenimiento de maquinaria y herramientas para parques.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Profesional que sea capaz de manejar personal.</li> <li>• Preferiblemente que pueda trabajar bajo presión.</li> </ul>
<b>FINANZAS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Obtener los fondos y suministros de capital necesarios para el funcionamiento de la empresa, procurando disponer de la mejor manera de los medios económicos suficientes para cada uno de las dependencias.</li> <li>• El asistente de Finanzas colaborará en lo relacionado con la tesorería, las compras y todos los aspectos legales del parque.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contador público titulado, preferiblemente con especialización en Finanzas, derecho o Gerencia de Impuestos.</li> <li>• Experiencia mínima de dos años trabajando en el sector.</li> </ul>	
<b>INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO</b> <sup>150</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La responsabilidad principal es la de estar constantemente investigando acerca del Turismo Caucano, con el fin de promocionarlo como se debe, además de proporcionarle una asesoría a quienes exponen en la zona "C", posicionando este sector como uno de los que mueva la actividad económica del Departamento.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Profesional con el título de Administrador de Empresas o preferiblemente con especialización y conocimientos en calidad, Mercadeo y Turismo.</li> </ul>	

<sup>148</sup> Se denomina OPERACIONES, teniendo como referencia el nombre que se le ha dado a esta misma área en un resort en Estados Unidos.

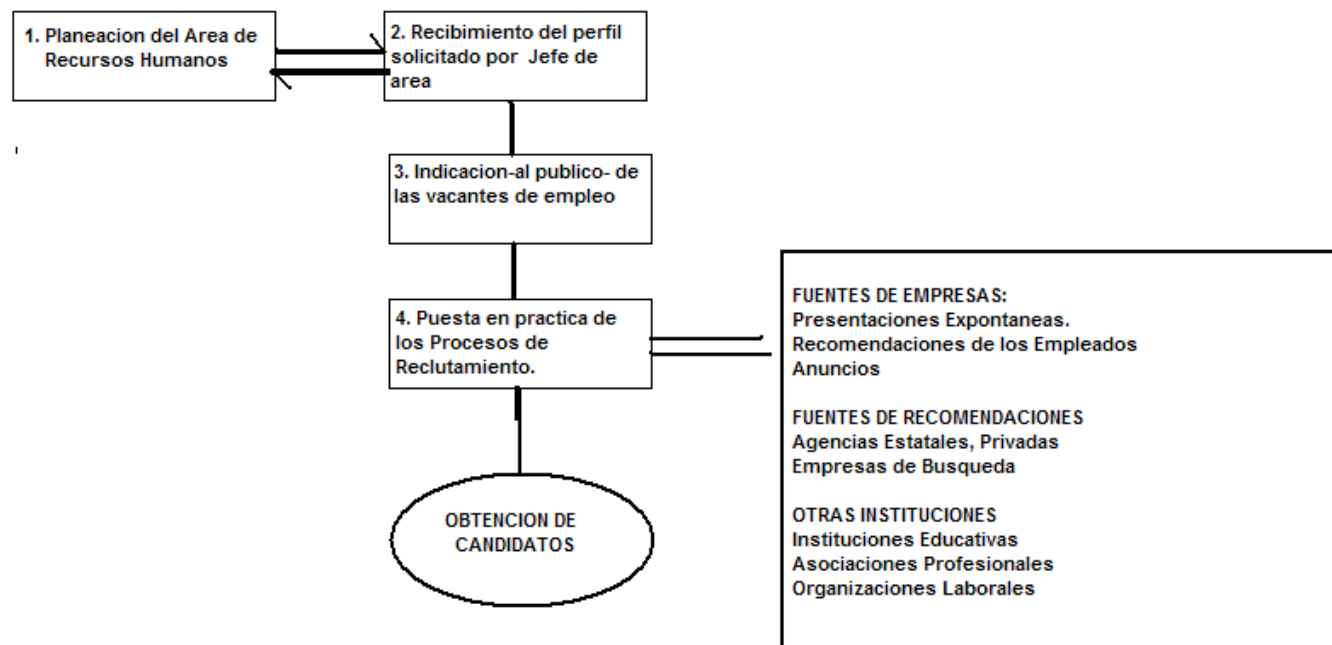
<sup>149</sup> El área de servicios, será la encargada de llevar al los consejos que se realicen con periodicidad las diferentes inquietudes de los clientes, para que en equipo se encuentre una solución que permita la prestación de un muy buen servicio; La sub-área de servicios contará con una división interna que posibilita atender los requerimientos que cada servicio demande, las personas que liderarán cada área estarán discriminadas en el estudio técnico, ellos al mismo tiempo tendrán varios servicios que guarden cierta relación a su cargo. Por lo anterior estos cargos quedan distribuidos así: 1 persona para la granja interactiva, el lago eco -recreativo y el lago de pesca; 1 persona para: Zona de Camping, Kiosco de Eventos, Plaza de Comidas y Zona Representativa del Cauca; 1 persona para: los juegos infantiles, Zona Recreativa y Tu aporte al parque.

<sup>150</sup> Área encargada de mantener a toda la organización en un proceso de mejoramiento continuo, a través del desarrollo de practicas que permitan que las actividades realizadas sean innovadoras con el fin de ofrecer algo diferente al visitante que asista al parque.

Asistencia en el Área de Personal:

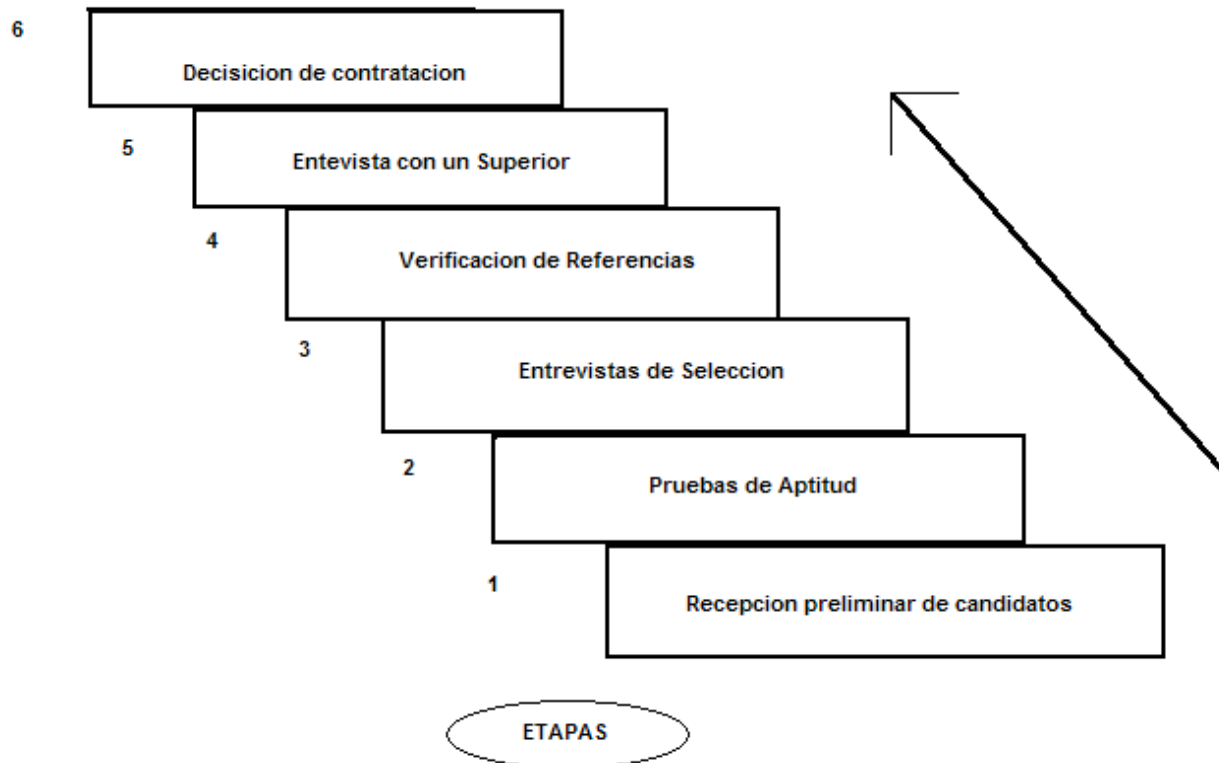
- **CONTRATACION Y EMPLEO:** Encargada de conseguir al personal idóneo para los diferentes cargos de la organización. Para lo cual se hace necesario contar con un proceso eficaz de contratación y selección (Figuras 4.3 y 4.4).

**Figura 4.3: Proceso de contratación**



Fuente: Propia de la investigación.

**Figura 4.4: Proceso de selección**



Fuente: Propia de la Investigación.

La cantidad de personal a contratar de planta es de 47 personas, de las cuales 16 conformarán la parte administrativa y 31 serán personal operativo.



## **Consideraciones Finales**

- En el momento de la contratación se tendrá en consideración como primeros candidatos a los estudiantes de la Universidad del Cauca.
- Es vital la experiencia dentro del integrante que pertenezca a *DIVERTURA*, por lo que se consideraran los cursos, diplomados, manejo de otros idiomas o participación en eventos empresariales con que se cuenten.

STAFF. Como en la mayor parte del Parque se necesita de alguien que esté orientando el servicio, es vital contar con un gran equipo humano que sea creativo, emprendedor, y con ganas de trabajar por él mismo y por el desarrollo del Departamento y país.

### **3.3 GASTOS ADMINISTRATIVOS**

Son los necesarios para que la empresa comience a desarrollar su actividad comercial de manera legal, es decir, cancelando todas las cuotas impuestas por la ley y demás instituciones que las regulan para su funcionamiento.

#### **3.3.1 Costo del personal administrativo**

En la tabla 4.9 se presenta el costo del personal administrativo de la empresa, incluyendo la asignación salarial de los asistentes de cada área.

### 3.3.1.1 Aportes del Trabajador

Tabla 4.9: Nómina – Fase operacional

DIVERTURA Ltda.												
Cargo	Sueldo Básico	Devengado				Valor Total Devengado	Deducciones				Valor Total Deducciones	Neto a pagar
		Días Laborados (anual)	Básico Devengado (anual)	Auxilio de Transporte	Horas Extras		Retención de Salarios (anual)	Aportes para Salud	Aportes a Pensiones	Fondo de Solidaridad		
Gerente	2.300.000	360	27.600.000			27.600.000	1.504.200	1.104.000	1.069.500	144.072	3.821.772	23.778.228
Jefe de Personal	1.600.000	360	19.200.000			19.200.000		768.000	744.000	100.224	1.612.224	17.587.776
Jefe de Mercadeo	1.600.000	360	19.200.000			19.200.000		768.000	744.000	100.224	1.612.224	17.587.776
Jefe de Finanzas	1.600.000	360	19.200.000			19.200.000		768.000	744.000	100.224	1.612.224	17.587.776
Jefe de Operaciones	1.600.000	360	19.200.000			19.200.000		768.000	744.000	100.224	1.612.224	17.587.776
Jefe de Investigación y Desarrollo	1.600.000	360	19.200.000			19.200.000		768.000	744.000	100.224	1.612.224	17.587.776
Secretaria	800.000	360	9.600.000	572.400		10.172.400		384.000	372.000	50.112	806.112	9.366.288
Asistente de Personal	900.000	360	10.800.000			10.800.000		432.000	418.500	56.376	906.876	9.893.124
Asistente de Mercadeo	900.000	360	10.800.000			10.800.000		432.000	418.500	56.376	906.876	9.893.124
Asistente de Finanzas	900.000	360	10.800.000			10.800.000		432.000	418.500	56.376	906.876	9.893.124
Asistente de Servicios No. 1	900.000	360	10.800.000			10.800.000		432.000	418.500	56.376	906.876	9.893.124
Asistente de Servicios No. 2	900.000	360	10.800.000			10.800.000		432.000	418.500	56.376	906.876	9.893.124
Asistente de Servicios No. 3	900.000	360	10.800.000			10.800.000		432.000	418.500	56.376	906.876	9.893.124
Asistente de Investigación y Desarrollo	900.000	360	10.800.000			10.800.000		432.000	418.500	56.376	906.876	9.893.124
<b>TOTAL</b>	<b>17.400.000</b>		<b>208.800.000</b>	<b>572.400</b>		<b>209.372.400</b>		<b>8.352.000</b>	<b>8.091.000</b>	<b>544.968</b>	<b>10.270.668</b>	<b>190.335.264</b>

Fuente: Propia de la Investigación.

- El valor de la retención en la fuente por salarios mayores a \$ 1´635.000, es del 5.45%; para el caso de la nómina de Divertura a la única persona a quien se le aplica esta retención es al Gerente.
- \*\*Los asistentes administrativos que tienen a cargo los servicios 1,2 y 3 son denominados así, porque están a cargo de varios servicios que ofrece el Parque y que guardan relación, que son los líderes de estas áreas, en cuanto al manejo de inventarios, de mantenimiento, asignación de personal y toma de decisiones en momentos coyunturales.

### 3.3.1.2 Aportes parafiscales

**Tabla 4.10: Aportes del empleador ó patrono**

<b>Empresa Divertura Ltda</b>	
<i>Aportes Parafiscales</i>	
Aportes al AFP -Pensiones	24.339.542
Aportes al EPS-Salud	16.749.792
Aportes al ARS-Riesgos	1.092.924
Aportes a las Cajas de Compesación Familiar	8.374.896
Aportes al ICBF	6.281.172
Aportes al Sena	4.187.448
Cesantías	17.440.721
Intereses Cesantías	2.092.887
Prima de Servicios	17.440.721
Vacaciones	8.709.892
<b>TOTAL APORTES PATRONALES</b>	<b>106.709.994</b>

Fuente: Propia de la Investigación.

De acuerdo a las tablas 4.9 y 4.10, el costo anual del personal administrativo es de \$316´082.394 millones de pesos.

### 3.3.2 Costo de servicios públicos del área administrativa

Se encuentran representados en los servicios básicos (Energía, Agua y Teléfono), que necesitará Divertura para operar y ofrecer un servicio de calidad.

**Tabla 4.11: Servicios Públicos**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR</b>
<b>Energía</b>	\$ 75.000
<b>Agua</b>	\$ 30.000
<b>Teléfono</b>	\$ 100.000
<b>Total Mensual</b>	\$ 205.000
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>\$ 2´460.000</b>

Fuente: Propia de la Investigación.

### 3.3.3 Costo de Suministros de Oficina<sup>151</sup>

Los suministros de oficina, son las herramientas que contribuyen en la labor del área administrativa de Divertura, a continuación se discriminan unas de ellas:

#### 3.3.3.1 Costos de mobiliario

A continuación se describe el mobiliario necesario para el funcionamiento de la sede administrativa del Parque Divertura.

---

<sup>151</sup> Los costos de suministros de oficina necesarios para el funcionamiento de la organización, fueron cotizados en la Librería y Papelería Luz y en INVAL, tiendas comerciales de la ciudad de Popayán.

**Tabla 4.12: Costos de mobiliario<sup>152</sup>**

<b>EQUIPO DE OFICINA</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Computador sempron 3.0 ghz, board asrock k7vm3, monitor aoc de 17" con garantía de 3 años, quemador 32x52x32x, disco duro de 80 gb, memoria 256 mb ddr unidad floppy de 3.5", mouse óptico ps/2, teclado Internet ps/2, fax modem de 56k, tarjeta red 10/100, parlantes amplificados, forros, pad mouse, soporte técnico, garantía de 12 meses en la cpu, regulador everest 1000 va.	7	\$ 1'777.000	\$ 12'390.000
Impresora multifuncional HP, velocidad de impresión 12 ppmm en b/n, resolución 600*600 dpi, dimensiones 42,57 x 25,91 x 16,97 cm., software incluido: Director, Photo Gallery, Editor, Share to Web, PhotoPrints, Quick, DVDCreator, IRISOCR	7	\$ 260.00	\$ 1'820.000
Escritorio tipo gerente en madera, con acabado en tintilla, con cinco gavetas laterales y llave modular	1	\$ 390.000	\$ 390.000
Silla tipo ejecutiva con brazos de contacto permanente, neumática con rodachines.	1	\$ 260.000	\$ 260.000
Escritorio en madera, acabado en tintilla, con dos gavetas laterales y llave línea 800.	6	\$ 230.000	\$ 1'380.000
Silla con brazos, mecánica, tapizada en paño, con rodachines.	6	\$ 130.000	\$ 780.000
Archivador Filif cabinet, Ref.: AR 3 x 3 S, Tres Cajones archivadores para carpeta colgante tamaño oficio con manijas de madera sólida, correderas metálicas, cerradura con llave. Ancho 48.0 cm., Fondo 44.0 cm., Alto: 94.5 cm.	1	\$ 230.000	\$ 230.000
Centro de computo Ref. : CC 091 S, Ancho: 120.0 cm., Fondo: 50.0 cm.	6	\$ 260.000	\$ 1'560.000
Biblioteca, Library, Ref.: BE0104 S, tres entrepaños móviles con moldura, Ancho:	6	\$ 170.000	\$ 1'020.000
Teléfono general pequeño.	7	\$ 130.000	\$ 910.000
Fax marca Panasonic, con contestador, cortador automático de papel y altavoz.	1	\$ 450.000	\$ 450.000
Mesa ovalada de 2.40 x 1.20 mts con dos pedestales.	1	\$ 450.950	\$ 450.950
Sillas tipo mitchel sin brazos	4	\$ 55.000	\$ 220.000
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 218'609.950</b>

<sup>152</sup> El costo del mobiliario esta calculado para el total de personas que harán parte del área administrativa de DIVERTURA; la fuente es propia de la investigación. Es de resaltar que en la cantidad de artículos que se adquieren varia debido a que al gerente se le dará otro tipo de mobiliario y a los coordinadores de las áreas se utilizarán uno distinto.

### 3.3.3.2 Costos de Papelería para los Jefes de Área<sup>153</sup>

**Tabla 4.13: Costos de Papelería – Jefes de Área**

Descripción	Presentación	Precio (\$)	Cantidad	Valor Total (\$)
Archivador A-Z	Tamaño oficina	4.800	1	\$ 4.800
Archivador A-Z	Tamaño carta	4.500	1	\$ 4.500
Cinta de enmascarar	Rollo	700	2	\$ 1.400
Cintra transparente	Rollo	450	2	\$ 900
Exacto grande, riel metálico	Unidad	3.500	1	\$ 3.500
Exacto pequeño	Unidad	2.500	1	\$ 2.500
Saca ganchos	Unidad	1.500	1	\$ 1.500
Tijera para papel	Unidad	1.300	1	\$ 1.300
Cosedora wingo 3688 Azul	Unidad	8.300	1	\$ 8.300
Perforadora	Unidad	6.000	1	\$ 6.000
Ganchos clips	Gema, caja	250	2	\$ 500
Borrador de nata	Unidad	200	4	\$ 800
Chinches	Caja	600	2	\$ 1.200
Diskets Sony TDK	10 unidades	8.000	2	\$ 16.000
CD TDK	Unidad	500	12	\$ 6.000
Gancho clips mariposa	Caja	1.100	2	\$ 2.200
Grapa GVN GEMA * 1000	Caja	1.300	1	\$ 1.300
Lapiceros kilométrico	Unidad	900	6	\$ 5.400
Lápiz corrector Papermate	Unidad	3.800	3	\$ 11.400
Lápiz negro para papel, mirado	Unidad	600	4	\$ 2.400
Marcadores perm. PELIKAN 418	Unidad	2.600	3	\$ 7.800
Resaltadotes PELIKAN 222	Unidad	900	3	\$ 2.700
Papelería tamaño carta	Resma	7.500	4	\$ 30.000
Papelería tamaño oficina	Resma	8.500	1	\$ 8.500
Pegastic	20grs	2.500	1	\$ 2.500
Sobres blancos tamaño oficina	Caja de 500 unidades	29.200	1	\$ 29.200
Sobre Manila tamaño oficina	Paquete de 100 unidades	6.500	1	\$ 6.500
Sobre Manila tamaño carta	Paquete de 100 unidades	5.950	1	\$ 5.950
Papel para fax	Norma, rollo de 30mts	3.100	3	\$ 9.300
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 184.350</b>

Fuente: Propia de la Investigación.

<sup>153</sup> Los anteriores costos de materiales están cotizados para una (1) sola persona, pero se debe multiplicar por 7 personas, pues son quienes hacen parte del área administrativa y necesitan de estos materiales.

El costo de los materiales para una sola persona al año es de \$ 184.350, al ser siete (7) personas las que necesitan de estos implementos el costo final es de: \$1'290.450.

Por lo anterior el costo total de suministros de oficina representado en el mobiliario y la papelería, es de: \$ 219'900.400, es de resaltar que en el anterior valor se incluyen costos de suministros que se compran ahora pero que su depreciación no es de un año, es decir que se demoran un tiempo en volverse a adquirir, por lo cual estos valores están sujetos a cambios para los siguientes años.

### 3.4 Gastos totales de administración

A continuación, se presenta el consolidado del costo total de los gastos administrativos. Tabla 4.14.

**Tabla 4.14: Gastos totales de administración**

<b>Gastos Totales de Administración</b>	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
Nómina	\$337'821.584
Servicios Públicos	\$2'460.000
Suministros de Oficina	\$219'900.400
<b>TOTAL</b>	<b>\$560'181.984</b>

Fuente: Propia de la Investigación.

El total de gastos administrativos según la tabla 4.12, es de \$560'181.984 millones de pesos.

#### 4. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO ADMINISTRATIVO

- *Divertura* se constituirá como una Sociedad de Responsabilidad Limitada., que legalmente deberá inscribirse ante la Superintendencia de Sociedades, la Oficina de Industria y Comercio, la DIAN y la Cámara de Comercio del Cauca, especialmente en esta última para obtener el NIT, que la identificará en el ámbito comercial y empresarial y la hará responsable también del impuesto de renta del 35% ante el estado.
- La organización contará con una filosofía organizacional, con su visión, misión y principios que guiarán el actuar del talento humano que la integra, las cuales brindarán principalmente al cliente externo un servicio de excelente calidad y al interno el crecimiento de la organización, todo dentro del principio del mejoramiento continuo.
- La organización para la fase operativa del proyecto estará compuesta por un gerente general, y por otras personas encargadas de Personal, de Mercadeo, de Finanzas, Operaciones e Investigación y Desarrollo respectivamente, que a su vez contarán con líderes para el interior de sus áreas y con la colaboración de una Asistente Administrativa y un Revisor Fiscal a nivel de Staff.
- El costo al año en la fase de Inversión se ha estimado en \$63'317.325, el cual incluye el costo de la nómina, representada en los aportes del trabajador y del empleador; en cuanto a la fase operacional el costo se calcula en \$316'082.394.



## **CAPITULO V**

### **ESTUDIO FINANCIERO**

#### **1. INVERSIONES EN EL PROYECTO**

Las inversiones en el proyecto están compuestas por: inversiones fijas, gastos preoperativos e incremento de capital de trabajo.

Para poder estimar el valor total de las inversiones del presente proyecto (el cual se presenta más adelante en la Tabla 5.3) es necesario primero cuantificar el costo de cada una de las inversiones que lo componen así:

##### **1.1 INVERSIONES FIJAS**

Las inversiones fijas del Parque de Diversión y cultura *Divertura* son: Terreno, edificios, semovientes, equipos del proceso y equipos de apoyo al proceso; dichos equipos fueron expuestos al detalle en el Capítulo III: Estudio Técnico: Ingeniería del Proyecto.

El costo de cada una de las inversiones fijas es el siguiente:

- Terreno: \$ 500.000<sup>154</sup>
  
- Edificios: \$ 588.070.950 (Tabla 3.40)
  
- Semovientes: Se encuentran los animales de la granja interactiva, lago de pesca y lago eco-recreativo. su costo es de: \$ 19.675.000 (Tabla 3.19).

---

<sup>154</sup> Cada hectárea tiene un costo de \$250.000.000; por lo tanto como son 2 hectáreas, el terreno tendrá un costo de \$500.000.000. Información suministrada en el Agustín Codazzi.

- Equipos del proceso: Hacen parte los equipos necesarios para la prestación de cada uno de los servicios del Parque de Diversión y cultura, con un costo total de \$ 73.139.580 (Tabla 3.20)
- Equipos de apoyo al proceso: Donde se encuentra los costos del equipo de taquillas, equipo de aseo, equipo de primeros auxilios, equipo de seguridad de la empresa y equipo de herramientas. Costo total: \$ 8.746.329 (Tabla 3.26)

En la tabla 5.3 del presente capítulo se muestra la frecuencia con la que se deben recuperar las inversiones, diferentes al terreno y edificios.

## **1.2 GASTOS PREOPERATIVOS**

En la tabla 3.47 del estudio técnico: Gastos de la ejecución del proyecto, se describen los gastos de la fase de preinversión e inversión, estos se han estimado en \$ 79.276.825.

## **1.3 CAPITAL DE TRABAJO**

Para poder determinar la inversión total, es indispensable cuantificar el capital de trabajo que requiere el proyecto.

Primero se calcula el saldo efectivo requerido en caja y posteriormente el capital de trabajo.

Para efectos del cálculo del capital de trabajo se establecen las siguientes necesidades mínimas:

- Necesidades mínimas de activo corriente:
  - Efectivo en caja para cubrir la mano de obra directa, los gastos generales de administración, los gastos generales de prestación del servicio y los gastos generales de ventas.
  - La cobertura mínima del efectivo en caja debe ser de 15 días.
  - Cuentas por cobrar: Para el Parque Divertura no existen cuentas por cobrar puesto que el pago de la entrada se debe hacer de forma inmediata.
  
- Necesidades mínimas de pasivo corriente:
  - Cuentas por pagar: Se considera que el valor de las cuentas por pagar por concepto de proveedores equivale a un periodo de 30 días sobre el valor de materiales e insumos.

**Tabla 5.1: Saldo efectivo requerido en caja (Millones del año 1)**

Año	Días de cobertura	Coeficiente de renovación	Operacional										
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Mano de obra directa	15	24	15,52	15,52	15,52	15,52	15,52	15,52	15,52	15,52	15,52	15,52	15,52
Gastos generales de Administración	15	24	13,33	13,33	13,33	13,33	13,33	13,33	13,33	13,33	13,33	13,33	13,33
Gastos generales de prestación del servicio	15	24	4,47	4,47	4,47	4,47	4,47	4,47	4,47	4,47	4,47	4,47	4,47
Gastos Generales de Ventas	15	24	0,78	0,73	0,73	0,73	0,73	0,73	0,73	0,73	0,73	0,73	0,73
<b>SALDO DE EFECTIVO REQUERIDO EN CAJA</b>			34,10	34,05	34,05	34,05	34,05	34,05	34,05	34,05	34,05	34,05	34,05

Fuente: Propia de la investigación

- Los valores para cada uno de los años son iguales al valor que aparece en la Tabla 5.14 Costos de Operación y Financiación (la cual se presenta más adelante), dividido entre el coeficiente de renovación.

**Tabla 5.2 Capital de trabajo (Millones del año 1)**

INVERSION ANUAL REQUERIDA EN CAPITAL DE TRABAJO (Millones del año 1)												
Año	Días de cobertura	Coeficiente de renovación	Operacional									
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>												
1. Saldo de efectivo requerido en caja			34,10	34,05	34,05	34,05	34,05	34,05	34,05	34,05	34,05	34,05
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>			<b>34,10</b>	<b>34,05</b>	<b>34,05</b>	<b>34,05</b>	<b>34,05</b>	<b>34,05</b>	<b>34,05</b>	<b>34,05</b>	<b>34,05</b>	<b>34,05</b>
Incremento del activo corriente			34,10	-0,05	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>PASIVO CORRIENTE</b>												
1. Cuentas por pagar												
Materiales, alimentos e insumos	30	12	145,57	145,57	145,57	145,57	145,57	145,57	145,57	145,57	145,57	145,57
<b>TOTAL PASIVO CORRIENTE</b>			<b>145,57</b>	<b>145,57</b>	<b>145,57</b>	<b>145,57</b>	<b>145,57</b>	<b>145,57</b>	<b>145,57</b>	<b>145,57</b>	<b>145,57</b>	<b>145,57</b>
Incremento del pasivo corriente			145,57	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>			<b>-111,47</b>	<b>-111,52</b>	<b>-111,52</b>	<b>-111,52</b>	<b>-111,52</b>	<b>-111,52</b>	<b>-111,52</b>	<b>-111,52</b>	<b>-111,52</b>	<b>-111,52</b>
<b>Incremento del Capital de Trabajo</b>			<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>

Fuente: Propia de la investigación

Activo corriente

- En el saldo de efectivo requerido en caja, se anota el valor que aparece en el último renglón de la Tabla 5.1 para cada uno de los años.

Pasivo corriente

- Las cuentas por pagar por concepto de materiales, alimentos e insumos se calcula con base en el costo de los materiales, alimentos e insumos descritos en la Tabla 5.14 sobre el coeficiente de renovación de dicha cuenta.
- El último renglón de la Tabla 5.2 indica la magnitud de la inversión anual requerida en Capital de Trabajo, el cuál para el presente proyecto e cero, es decir, no se requiere incrementar el capital de trabajo.

**Tabla 5.3: Inversiones en el proyecto (Millones del año 0)**

<b>INVERSIONES EN EL PROYECTO</b>											
(Millones del año 0)											
Fase	Inversión	Operacional									
Año	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>1. Inversiones fijas</b>											
(Iniciales y reposiciones)											
Terrenos	500,00										
Edificios	588,07	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Muebles y equipos (prest. servicio)	73,14	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Semovientes - Vacas	6,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	6,00	0,00
Semovientes - Toros	2,40	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Semovientes - Yeguas y asnos	6,30	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Semovientes - Cerdos	1,10	0,00	0,00	0,00	1,10	0,00	0,00	1,10	0,00	0,00	1,10
Semovientes - Cabras y ovejas	2,40	0,00	0,00	0,00	0,00	2,40	0,00	0,00	0,00	2,40	0,00
Semovientes - Conejos	0,09	0,00	0,09	0,09	0,09	0,09	0,09	0,09	0,09	0,09	0,09
Semovientes - Gallinas	0,21	0,00	0,21	0,00	0,21	0,21	0,00	0,21	0,21	0,00	0,21
Semovientes - Aves	0,98	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,98	0,00	0,00
Semovientes - Tortugas	0,20	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Muebles y enseres (Oficina)	21,19	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	21,19	0,00	0,00	0,00	0,00
Muebles y enseres (Taquilla)	6,14	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	6,14	0,00	0,00	0,00	0,00
Muebles y enseres (aseo)	0,82	0,00	0,82	0,82	0,82	0,82	0,82	0,82	0,82	0,82	0,82
Muebles y enseres (serv. medicos)	1,14	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,14	0,00	0,00	0,00	0,00
Muebles y enseres (seguridad)	0,32	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,32	0,00	0,00	0,00	0,00
Herramientas varias	0,32	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,32	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>Total inversiones fijas</b>	<b>1.210,82</b>	<b>0,00</b>	<b>1,12</b>	<b>0,91</b>	<b>2,22</b>	<b>3,52</b>	<b>30,03</b>	<b>2,22</b>	<b>2,09</b>	<b>9,31</b>	<b>2,22</b>
<b>2. Gastos preoperativos</b>	<b>79,28</b>										
<b>3. Incremento del capital de trabajo</b>		<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>TOTAL INVERSIONES</b>	<b>1.290,10</b>	<b>0,00</b>	<b>1,12</b>	<b>0,91</b>	<b>2,22</b>	<b>3,52</b>	<b>30,03</b>	<b>2,22</b>	<b>2,09</b>	<b>9,31</b>	<b>2,22</b>

Fuente: Propia de la investigación

- Las inversiones fijas del periodo de inversión se describen en el presente estudio financiero, punto 1.1. Inversiones Fijas del proyecto.
- Los gastos preoperativos se describen en el punto 1.2 Gastos preoperativos, en el presente Capítulo.
- Los valores del incremento del Capital de Trabajo, corresponden a los presentados en el último renglón de la Tabla 5.2, que como se mencionó anteriormente, es cero pues no se requiere de nueva inversión en capital de trabajo.

## **2. FINANCIACION DEL PROYECTO**

### **2.1. PROGRAMACION DE LOS APORTES DE CAPITAL**

Los aportes de capital se requieren para el primer año, es decir las inversiones iniciales, posteriormente no será necesario, ya que el mismo proyecto cubrirá las siguientes inversiones.

### **2.2. FUENTES DE FINANCIACION**

En las Tablas 5.18 y 5.19 se están mostrando los activos totales y recursos financieros, además la forma como se financiará el proyecto.

Después de analizar los costos del proyecto se ha concluido que la fase de inversión requiere \$1.210.821.809, de los cuales se espera que \$500.000.000 sean aportados por el socio del terreno, \$60.000.000 por las gestoras del proyecto (\$20.000.000 cada una), \$50.000.000 con un préstamo bancario y el resto, es decir, \$600.821.809 por otros socios. Como dicho valor es bastante elevado, se deberá buscar financiación.<sup>155</sup>

Inicialmente se evaluó la posibilidad de realizar un préstamo por los \$600.821.809, pero es evidente que este valor es difícil de conseguir con un crédito bancario, no sólo por ser personas naturales, sino por que ninguna de las socias posee suficiente capacidad de pago; además, después de indagar en algunos bancos de la ciudad se encontró que a dichas entidades no les interesa en primera instancia el valor de la garantía ofrecida, que en este caso podría ser el terreno, sino la capacidad financiera de los deudores para cumplir mensualmente con las cuotas,

---

<sup>155</sup> En la fase operacional, las inversiones posteriores a las iniciales se realizarán con recursos generados por el proyecto



adicional a lo anterior para adquirir un préstamo de tal dimensión se debe contar con experiencia en el campo de mínimo 2 años.

Entonces se definieron las siguientes posibles alternativas:

- Inversionistas que deseen poner su dinero a rendir en el proyecto, ya que la TIR es atractiva (55.81%) pues supera el porcentaje ofrecido en el mercado.
- Negociar con empresas reconocidas en el país como Panaca o Parque del Café para que Divertura haga parte de una Franquicia de ellos.
- Dividir el Parque por servicios y de acuerdo a ellos encontrar un socio, por ejemplo, un socio para la plaza de comidas, un socio para la granja, un socio para la zona recreativa, y así para cada servicio.
- Por ser el Parque del Departamento del Cauca, estar generando empleo, mostrar los atractivos turísticos, se puede realizar una alianza con alguna ONG, o alguna entidad internacional que le guste promover esta clase de proyectos.
- Presentar el proyecto al Fondo Emprender u oportunidades como estas.

Es claro que la oportunidad más viable podría ser adaptar el proyecto al formato del Fondo Emprender, pero debido a su elevado costo no aplicaría, es por esto que las autoras del presente proyecto tomaron la decisión de disminuir el alcance del proyecto inicial y adecuarlo a un proyecto que pudiera ser atractivo para el Fondo Emprender.

Para tomar la anterior decisión se tuvo como base la investigación de mercados, es decir, se analizaron los servicios que tuvieron un mayor porcentaje de aceptación por parte de la población. Después de realizar dicho análisis se concluyó que los servicios más apetecidos son la Granja Interactiva y la Zona Recreativa. Para decidir entre cual de estos dos servicios ofrecer, se tuvo en cuenta factores como la innovación y los costos de inversión.

Al ser la Granja interactiva el servicio que delimita la capacidad instalada de Divertura tiene una mayor representatividad en el Parque que la zona recreativa, en Popayán no existe un sitio que ofrezca un servicio como el de la Granja, por ende lo hace innovador, igualmente los costos de inversión son menores comparados con los de la Zona Recreativa, es por esto que se decidió iniciar Divertura con la Granja Interactiva.

Para dar justificación a la anterior decisión se puede tomar como ejemplo las experiencias vividas por los Parques mas reconocidos de Colombia como lo son Panaca y Parque del Café, los cuales inicialmente eran pequeños y con pocos servicios para ofrecer, pero con el tiempo y con la aceptación del público pudieron crecer hasta llegar a lo que hoy son.<sup>156</sup>

Se realizó el estudio financiero del proyecto ofreciendo solamente la Granja Interactiva, el modelo a utilizar con los semovientes (animales) será negociar con los campesinos de la zona para que ellos lleven sus animales a Divertura, y ahí poderlos vender, el Parque en contraprestación les ofrece la alimentación diaria de dichos animales, la estadía y la consecución del mercado. Los propietarios de los semovientes deben responsabilizarse del cuidado y preservación de los mismos.

---

<sup>156</sup> [www.panaca.com](http://www.panaca.com) , [www.Parquedelcafe.com](http://www.Parquedelcafe.com)

## 2.2.1 Indicadores Granja Divertura

A continuación se muestran los principales indicadores que ratifican la viabilidad del proyecto Granja Divertura:

Inversión Inicial<sup>157</sup>: \$130.767.169

Fuentes de Financiación: \$13.000.000 cada una de las socias (3 socias), \$ 13.000.000 un socio que aporta el terreno, el resto se espera que sea aportado por el Fondo Emprender.

VPN: 1728.3 Millones de pesos. TIR: 301.97%

---

<sup>157</sup> Terrenos, edificios, muebles y equipos para la prestación del servicio, muebles y enseres de oficina, para la taquilla, de aseo, servicios médicos, seguridad y herramientas varias

**Tabla 5.4 Estado de resultados de la Granja Divertura (Millones del año 1)**

Fase	Inversión	Operacional									
Año	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ingresos por concepto de ventas		2.079,42	2.079,42	2.079,42	2.079,42	2.079,42	2.079,42	2.079,42	2.079,42	2.079,42	2.079,42
Menos costos de operación y de financiación		1.489,93	1.488,73	1.488,73	1.488,73	1.488,73	1.488,73	1.488,73	1.488,73	1.488,73	1.488,73
Utilidad antes de impuestos		589,49	590,69	590,69	590,69	590,69	590,69	590,69	590,69	590,69	590,69
Menos impuestos	35,0%	206,32	206,74	206,74	206,74	206,74	206,74	206,74	206,74	206,74	206,74
Utilidad neta		383,17	383,95	383,95	383,95	383,95	383,95	383,95	383,95	383,95	383,95
Menos dividendos (50%)	50%	191,58	191,97	191,97	191,97	191,97	191,97	191,97	191,97	191,97	191,97
Utilidades no repartidas		191,58	191,97	191,97	191,97	191,97	191,97	191,97	191,97	191,97	191,97
Utilidades no repartidas acumuladas (reservas)		191,58	383,56	575,53	767,50	959,48	1.151,45	1.343,42	1.535,40	1.727,37	1.919,34

Fuente: Propia de la investigación

**Tabla 5.5 Balance Proyectado de la Granja Divertura (Millones del año 1)**

Fase	Inversión	Operacional									
Año	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>ACTIVOS</b>											
Activos corrientes											
Efectivo		285,73	488,83	692,14	894,15	1.094,85	1.277,61	1.479,62	1.682,23	1.877,14	2.079,15
<i>Total activos corrientes</i>		285,73	488,83	692,14	894,15	1.094,85	1.277,61	1.479,62	1.682,23	1.877,14	2.079,15
Activos fijos											
<i>Depreciables</i>											
Terrenos	13,00	13,00	13,00	13,00	13,00	13,00	13,00	13,00	13,00	13,00	13,00
Edificios	57,45	54,58	51,71	48,84	45,96	43,09	40,22	37,35	34,47	31,60	28,73
Muebles y equipos (prest. servicio)	15,11	13,60	12,09	10,58	9,07	7,56	6,04	4,53	3,02	1,51	0,00
Semovientes - Vacas	6,00	5,25	4,50	3,75	3,00	2,25	1,50	0,75	0,00	5,25	4,50
Semovientes - Toros	2,40	2,32	2,24	2,16	2,08	2,00	1,92	1,84	1,76	1,68	1,60
Semovientes - Yeguas y asnos	6,30	5,99	5,67	5,36	5,04	4,73	4,41	4,10	3,78	3,47	3,15
Semovientes - Cerdos	1,10	0,73	0,37	0,00	0,73	0,37	0,00	0,73	0,37	0,00	0,73
Semovientes - Cabras y ovejas	2,40	1,80	1,20	0,60	0,00	1,80	1,20	0,60	0,00	1,80	1,20
Semovientes - Conejos	0,09	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Semovientes - Gallinas	0,21	0,07	0,14	0,00	0,07	0,14	0,00	0,07	0,14	0,00	0,07
Semovientes - Aves	0,50	0,42	0,35	0,28	0,21	0,14	0,07	0,00	0,42	0,35	0,28
Semovientes - Tortugas	0,20	0,20	0,19	0,19	0,18	0,18	0,18	0,17	0,17	0,16	0,16
Muebles y enseres (Oficina)	17,03	13,63	10,22	6,81	3,41	0,00	13,63	10,22	6,81	3,41	0,00
Muebles y enseres (Taquilla)	2,35	1,88	1,41	0,94	0,47	0,00	1,88	1,41	0,94	0,47	0,00
Muebles y enseres (aseo)	0,25	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Muebles y enseres (serv. medicos)	0,98	0,79	0,59	0,39	0,20	0,00	0,79	0,59	0,39	0,20	0,00
Muebles y enseres (seguridad)	0,11	0,09	0,06	0,04	0,02	0,00	0,09	0,06	0,04	0,02	0,00
Herramientas varias	0,08	0,06	0,05	0,03	0,02	0,00	0,06	0,05	0,03	0,02	0,00
<i>Total activos fijos</i>	125,56	114,40	103,79	92,97	83,46	75,25	84,98	75,47	65,35	62,93	53,42
Activos diferidos											
Gastos preoperativos	5,20	4,68	4,16	3,64	3,12	2,60	2,08	1,56	1,04	0,52	0,00
<i>Total activos diferidos</i>	5,20	4,68	4,16	3,64	3,12	2,60	2,08	1,56	1,04	0,52	0,00
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>130,77</b>	<b>404,81</b>	<b>596,78</b>	<b>788,76</b>	<b>980,73</b>	<b>1.172,70</b>	<b>1.364,68</b>	<b>1.556,65</b>	<b>1.748,62</b>	<b>1.940,60</b>	<b>2.132,57</b>
<b>PASIVO Y PATRIMONIO</b>											
Pasivo											
Pasivos corrientes		82,46	82,46	82,46	82,46	82,46	82,46	82,46	82,46	82,46	82,46
Prestamo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<i>Total pasivo</i>	0,00	82,46	82,46	82,46	82,46	82,46	82,46	82,46	82,46	82,46	82,46
Patrimonio											
Capital social	130,77	130,77	130,77	130,77	130,77	130,77	130,77	130,77	130,77	130,77	130,77
Reservas		191,58	383,56	575,53	767,50	959,48	1.151,45	1.343,42	1.535,40	1.727,37	1.919,34
<i>Total patrimonio</i>	130,77	322,35	514,32	706,30	898,27	1.090,24	1.282,22	1.474,19	1.666,16	1.858,14	2.050,11
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>130,77</b>	<b>404,81</b>	<b>596,78</b>	<b>788,76</b>	<b>980,73</b>	<b>1.172,70</b>	<b>1.364,68</b>	<b>1.556,65</b>	<b>1.748,62</b>	<b>1.940,60</b>	<b>2.132,57</b>

Fuente: Propia de la investigación

**Tabla 5.6 Flujo de Efectivo Neto de la Granja Divertura  
(Millones del año1)**

Fase	Inversión	Operacional										
Año	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
<b>ENTRADA DE EFECTIVO</b>												
1. Recursos financieros (prestamos)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
2. Ingresos por concepto de ventas		2.079,42	2.079,42	2.079,42	2.079,42	2.079,42	2.079,42	2.079,42	2.079,42	2.079,42	2.079,42	
3. Valor remanentes en el último año											-8,26	
<b>TOTAL ENTRADAS DE EFECTIVO</b>	<b>0,00</b>	<b>2.079,42</b>	<b>2.079,42</b>	<b>2.079,42</b>	<b>2.079,42</b>	<b>2.079,42</b>	<b>2.079,42</b>	<b>2.079,42</b>	<b>2.079,42</b>	<b>2.079,42</b>	<b>2.079,42</b>	<b>-8,26</b>
<b>SALIDA DE EFECTIVO</b>												
1. Inversiones totales	130,77	0,00	0,55	0,34	1,65	2,95	20,90	1,65	1,05	8,74	1,65	
2. Costos de operación, netos de depreciación y de amortización de diferidos		1.478,25	1.477,05	1.477,05	1.477,05	1.477,05	1.477,05	1.477,05	1.477,05	1.477,05	1.477,05	
3. Costos de financiación (intereses)		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
4. Pago de prestamos		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
5. Impuestos		206,32	206,74	206,74	206,74	206,74	206,74	206,74	206,74	206,74	206,74	
<b>TOTAL SALIDAS DE EFECTIVO</b>	<b>130,77</b>	<b>1.684,57</b>	<b>1.684,34</b>	<b>1.684,13</b>	<b>1.685,44</b>	<b>1.686,74</b>	<b>1.704,68</b>	<b>1.685,44</b>	<b>1.684,84</b>	<b>1.692,53</b>	<b>1.685,44</b>	<b>0,00</b>
<b>ENTRADAS MENOS SALIDAS</b>	<b>-130,77</b>	<b>394,85</b>	<b>395,08</b>	<b>395,29</b>	<b>393,98</b>	<b>392,68</b>	<b>374,73</b>	<b>393,98</b>	<b>394,58</b>	<b>386,89</b>	<b>393,98</b>	<b>-8,26</b>
<b>FLUJO DE EFECTIVO NETO</b>	<b>-130,77</b>	<b>394,85</b>	<b>395,08</b>	<b>395,29</b>	<b>393,98</b>	<b>392,68</b>	<b>374,73</b>	<b>393,98</b>	<b>394,58</b>	<b>386,89</b>	<b>385,72</b>	

Fuente: Propia de la investigación.

Como se puede observar estos indicadores son bastante atractivos y se presentan como una muy buena oportunidad para iniciar con el crecimiento de Divertura.

Dicho proyecto sería mucho más atractivo puesto que se a pesar de que disminuyen los ingresos, los costos se ven significativamente reducidos, además como se mencionó anteriormente, la capacidad de producción de este Parque está supeditada a la Granja Interactiva, por lo tanto, se tendrá un proyecto con excelentes indicadores financieros<sup>158</sup>.

A continuación se seguirá realizando el análisis financiero del Parque Divertura.

### **2.3. CREDITO BANCARIO**

Como se mencionó anteriormente, una de las fuentes de financiación es el préstamo bancario por valor de \$50.000.000 a una tasa de interés efectiva anual de 20.22%. La tasa de interés fue tomada como referencia de diferentes entidades bancarias de la ciudad.

El préstamo se cancelará por medio del plan de cuotas constantes, es decir, que el Parque acuerda pagar anualmente la misma cuota, tal y como se muestra en el plan de amortización del crédito de la Tabla 5.7.

---

<sup>158</sup> Para mayor información ver CD anexo: Estudio Financiero Granja Divertura en Excel.

**Tabla 5.7 Amortización del crédito (millones del año 1)**

(Millones del año 1)

Año	Cuota Anual	Intereses	Abono a Capital	Saldo
0				50,00
1	12,01532	10,11	1,91	48,09
2	12,01532	9,72	2,29	45,80
3	12,01532	9,26	2,75	43,05
4	12,01532	8,70	3,31	39,74
5	12,01532	8,04	3,98	35,76
6	12,01532	7,23	4,78	30,98
7	12,01532	6,26	5,75	25,22
8	12,01532	5,10	6,92	18,31
9	12,01532	3,70	8,31	9,99
10	12,01532	2,02	9,99	0,00

Fuente: Propia de la Investigación

- La formula para el cálculo de la cuota anual a pagar en el crédito tomado a cuotas constantes es:  $\text{Valor del Crédito} = A [ 1 - ( 1+i )^{-n} / i ]$ , donde A será la cuota a pagar.
- La cuota del crédito de la empresa es \$50.000.000, por lo tanto tenemos:  
 $50.000.000 = A [ 1 - (1 + 0.2022)^{-10} / 0.2022 ]$ , donde  $A = \$ 12.015.320$
- Los intereses se calculan multiplicando el saldo del año anterior por la tasa de interés (20.22%) a la cual fue tomado el crédito.
- Los abonos a capital corresponden a la diferencia entre cuota anual e interés.



### **3. COSTOS DE OPERACION Y DE FINANCIACION**

Los costos de operación y financiación (Tabla 5.14) son los relacionados con los costos necesarios para la operación de la empresa y se calculan como costos unitarios y totales. Estos están compuestos por costo de ventas, gastos operativos y costos de financiación, discriminados así:

#### **3.1. COSTO DE VENTA**

##### **3.1.1. Materiales**

Aquí se consideran todos los materiales necesarios para la prestación de un servicio de calidad.

Los materiales requeridos durante el año con sus respectivos valores se detallan en la ingeniería del proyecto, punto 3.4 Materiales e insumos.

**Tabla 5.8 Costo de materiales  
(Costos Variables - millones del año 1)**

Fase	Inversión	Operacional										
Año	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
<b>VISITAS NIÑOS</b>												
Nivel de prestación del servicio		100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Boletas niños		83.491	83.491	83.491	83.491	83.491	83.491	83.491	83.491	83.491	83.491	83.491
Costo Unitario (miles)		4,09	4,09	4,09	4,09	4,09	4,09	4,09	4,09	4,09	4,09	4,09
V. Niños: Costo Total Materiales (millones)		341,33	341,33	341,33	341,33	341,33	341,33	341,33	341,33	341,33	341,33	341,33
<b>VISITAS ADULTOS</b>												
Nivel de prestación del servicio		100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Boletas adultos		290.909	290.909	290.909	290.909	290.909	290.909	290.909	290.909	290.909	290.909	290.909
Costo Unitario (miles)		4,09	4,09	4,09	4,09	4,09	4,09	4,09	4,09	4,09	4,09	4,09
V. Adultos: Costo Total Materiales (millones)		1189,31	1189,31	1189,31	1189,31	1189,31	1189,31	1189,31	1189,31	1189,31	1189,31	1189,31
<b>TOTAL COSTO MATERIALES (millones)</b>		<b>1530,64</b>	<b>1530,64</b>	<b>1530,64</b>	<b>1530,64</b>	<b>1530,64</b>	<b>1530,64</b>	<b>1530,64</b>	<b>1530,64</b>	<b>1530,64</b>	<b>1530,64</b>	<b>1530,64</b>

Fuente: Propia de la Investigación

- El nivel de producción se explica en el Estudio Técnico: Capacidad Utilizada del Parque de Recreación y Cultura, punto 1.4.
- El costo variable unitario para niños y adultos en cada uno de los años de vida del proyecto corresponde al 80% de los \$ 5.000 consumibles dentro del Parque, es decir, \$ 4.000, adicional a esto, el costo de la boletería de entrada y el costo de los materiales de tu aporte al Parque. Ver Tabla 3.28 Costo de Materiales e insumos en el Estudio Técnico.

### 3.1.2. Personal Técnico : Mano De Obra

Para el costo de ventas se considera al personal que tiene que ver directamente con la prestación del servicio.

El personal técnico requerido en el Parque, con su respectiva descripción y costo, se determinó en la Ingeniería del Proyecto, en las Tablas número 3.36, 3.37, 3.38 y 3.39.

**Tabla 5.9 Costo de personal (millones del año 1)**

Fase	Inversión					Operacional						
	Año	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>TOTAL COSTO PERSONAL (millones)</b>		372,49	372,49	372,49	372,49	372,49	372,49	372,49	372,49	372,49	372,49	372,49

Fuente: Propia de la Investigación.

- Se aclara que el costo total del personal incluye las respectivas prestaciones sociales.

### 3.1.3. Gastos Generales para la Prestación del Servicio

Entre los gastos generales para la prestación del servicio tenemos: Mantenimiento de la granja, de piscinas, lagos, juegos infantiles, canchas y mantenimiento general, mano de obra indirecta, botiquín, materiales para el aseo, servicios públicos y alquiler de una alarma para la seguridad del Parque. Para esto se ha estimado un valor de \$ 107.368.862 anual (Tabla 3.35).

**Tabla 5.10 Gastos generales para la prestación del servicio (millones del año1)**

Fase	Inversión					Operacional						
	Año	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>TOTAL GASTOS GENERALES (millones)</b>		107,37	107,37	107,37	107,37	107,37	107,37	107,37	107,37	107,37	107,37	107,37

Fuente: Propia de la Investigación.

### 3.1.4. Depreciación

Se refiere al desgaste, el deterioro, el envejecimiento y la falta de adecuación u obsolescencia que sufren los bienes tangibles a medida que pasa el tiempo.

El periodo de depreciación de las inversiones fijas es:

Terrenos: Los terrenos no se deprecian, al contrario, se valorizan.

Edificios: 20 años

Muebles y equipos (prest. servicio): 10 años

Semovientes: Se deprecian de acuerdo a la especie (Ver Tabla 5.11)

Muebles y enseres (oficina):5 años

Muebles y enseres (Taquilla):5 años

Muebles y enseres (aseo):1 año

Muebles y enseres (serv. médicos): 5 años

Muebles y enseres (seguridad): 5 años

Herramientas varias: 5 años

Para calcular el cargo por depreciación se utilizó el método de la línea recta.

**Tabla 5.11 Depreciación de inversiones fijas (millones del año 1)**

<b>Inversión</b>	<b>Años</b>	<b>Costo</b>	<b>Vlr Depreciación</b>
Edificios	20	\$ 588.070.950	\$ 29.403.548
Muebles y equipos (prest. servicio)	10	73139580	\$ 7.313.958
Semovientes - Vacas	8	\$ 6.000.000	\$ 750.000
Semovientes - Toros	30	\$ 2.400.000	\$ 80.000
Semovientes - Yeguas y asnos	20	\$ 6.300.000	\$ 315.000
Semovientes - Cerdos	3	\$ 1.100.000	\$ 366.667
Semovientes - Cabras y ovejas	4	\$ 2.400.000	\$ 600.000
Semovientes - Conejos	1	\$ 90.000	\$ 90.000
Semovientes - Gallinas	1,5	\$ 210.000	\$ 140.000
Semovientes - Aves	7	\$ 975.000	\$ 139.286
Semovientes - Tortugas	50	\$ 200.000	\$ 4.000
Muebles y enseres (Oficina)	5	\$ 21.189.950	\$ 4.237.990
Muebles y enseres (Taquilla)	5	\$ 6.140.000	\$ 1.228.000
Muebles y enseres (aseo)	1	\$ 818.330	\$ 818.330
Muebles y enseres (serv. medicos)	5	\$ 1.139.999	\$ 228.000
Muebles y enseres (seguridad)	5	\$ 324.000	\$ 64.800
Herramientas varias	5	\$ 324.000	\$ 64.800
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 710.821.809</b>	<b>\$ 45.844.378</b>

Fuente: propia de la investigación.

- La depreciación de cada una de las inversiones fijas se calculo tomando el costo total de cada inversión, dividido sobre el periodo de depreciación de dichas inversiones.

**Tabla 5.12 Depreciación de inversiones fijas por año (millones del año 1)**

Fase	Inversión			Operacional								VRUA	
	Año	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9		10
<b>ACTIVO FIJO</b>													
Terrenos		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	500,00
Edificios		29,40	29,40	29,40	29,40	29,40	29,40	29,40	29,40	29,40	29,40	29,40	294,04
Muebles y equipos (prest. servicio)		7,31	7,31	7,31	7,31	7,31	7,31	7,31	7,31	7,31	7,31	7,31	0,00
Semovientes - Vacas		0,75	0,75	0,75	0,75	0,75	0,75	0,75	0,75	0,75	0,75	0,75	4,50
Semovientes - Toros		0,08	0,08	0,08	0,08	0,08	0,08	0,08	0,08	0,08	0,08	0,08	1,60
Semovientes - Yeguas y asnos		0,32	0,32	0,32	0,32	0,32	0,32	0,32	0,32	0,32	0,32	0,32	3,15
Semovientes - Cerdos		0,37	0,37	0,37	0,37	0,37	0,37	0,37	0,37	0,37	0,37	0,37	0,73
Semovientes - Cabras y ovejas		0,60	0,60	0,60	0,60	0,60	0,60	0,60	0,60	0,60	0,60	0,60	1,20
Semovientes - Conejos		0,09	0,09	0,09	0,09	0,09	0,09	0,09	0,09	0,09	0,09	0,09	0,00
Semovientes - Gallinas		0,14	0,14	0,14	0,14	0,14	0,14	0,14	0,14	0,14	0,14	0,14	0,07
Semovientes - Aves		0,14	0,14	0,14	0,14	0,14	0,14	0,14	0,14	0,14	0,14	0,14	0,56
Semovientes - Tortugas		0,004	0,004	0,004	0,004	0,004	0,004	0,004	0,004	0,004	0,004	0,004	0,16
Muebles y enseres (Oficina)		4,24	4,24	4,24	4,24	4,24	4,24	4,24	4,24	4,24	4,24	4,24	0,00
Muebles y enseres (Taquilla)		1,23	1,23	1,23	1,23	1,23	1,23	1,23	1,23	1,23	1,23	1,23	0,00
Muebles y enseres (aseo)		0,82	0,82	0,82	0,82	0,82	0,82	0,82	0,82	0,82	0,82	0,82	0,00
Muebles y enseres (serv. médicos)		0,23	0,23	0,23	0,23	0,23	0,23	0,23	0,23	0,23	0,23	0,23	0,00
Muebles y enseres (seguridad)		0,06	0,06	0,06	0,06	0,06	0,06	0,06	0,06	0,06	0,06	0,06	0,00
Herramientas varias		0,06	0,06	0,06	0,06	0,06	0,06	0,06	0,06	0,06	0,06	0,06	0,00
<b>TOTAL</b>		<b>45,84</b>	<b>45,84</b>	<b>45,84</b>	<b>45,84</b>	<b>45,84</b>	<b>45,84</b>	<b>45,84</b>	<b>45,84</b>	<b>45,84</b>	<b>45,84</b>	<b>45,84</b>	<b>806,01</b>

Fuente: Propia de la Investigación

VRUA: Valor remanente en el último año.

. El valor remanente del último año (VRUA) corresponde al valor en libros de cada una de las inversiones fijas que no se depreciaron durante los años de vida del proyecto.

- . Al final de los diez años, cuando la empresa se liquide, esta podrá vender los equipos o animales que se hayan depreciado por el valor igual en libros, es decir, el valor remanente del último año de cada una de las inversiones. El total del valor remanente del último año es igual a la suma del valor remanente del último año de cada una de las inversiones fijas del proyecto.
- . Habrá reposición, con dineros que genere el proyecto, de los activos fijos que se deprecien totalmente durante la vida del proyecto.
- . Se considera que el Parque operará durante 10 años, al final de los cuales venderán el terreno por un valor equivalente en términos financieros al de su costo, el edificio y los equipos por un valor igual al valor en libros.

## 3.2. GASTOS OPERATIVOS

### 3.2.1. Gastos generales de administración

Están relacionados con el pago del personal administrativo, costo de servicios públicos como agua, energía y teléfono del área administrativa y suministros de oficina.

Estos gastos se encuentran especificados en el Capítulo IV referente al Estudio Administrativo de esta investigación Tabla 4.14.

### 3.2.2. Gastos generales de ventas

Para el Parque Divertura los gastos generales de ventas se relacionan principalmente con los gastos de promoción, tal como se muestra en la Tabla 2.13 del Capítulo II: Estudio de Mercado.

### 3.2.3. Amortización de diferidos

Los gastos preoperativos o gastos de capital previos a la prestación del servicio, se calcularon en \$79.276.825 de acuerdo a la Tabla 3.43 del Estudio Técnico, y se amortizará durante los 10 años de operación del proyecto, tal como se muestra en la Tabla 5.13.

**Tabla 5.13 Amortización de diferidos (millones del año 1)**

Fase	Inversión					Operacional					
Año	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Amortización de diferidos		7,93	7,93	7,93	7,93	7,93	7,93	7,93	7,93	7,93	7,93

Fuente: Propia de la Investigación



### **3.2.4 Costos de financiación**

Los costos de financiación son los intereses pagados por la empresa a los proveedores financieros del crédito otorgado, estos se pueden observar en la tabla 5.7 del presente capítulo.

Una vez estimadas las partidas que componen los costos de operación y financiación se puede presentar su costo total (tabla 5.14).

**Tabla 5.14 Costos de operación y de financiación (millones del año 1)**

Fase	Inversión				Operacional							
	Año	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Costo Materiales e insumos (miles / visita) (C. VARIABLE)		1530,64	1530,64	1530,64	1530,64	1530,64	1530,64	1530,64	1530,64	1530,64	1530,64	1530,64
Costo Alimentos e insumos (millones / año) (C. FIJO)		216,19	216,19	216,19	216,19	216,19	216,19	216,19	216,19	216,19	216,19	216,19
Costo Mano de obra (millones / año) (para C. VENTA)		372,49	372,49	372,49	372,49	372,49	372,49	372,49	372,49	372,49	372,49	372,49
Gastos generales de prestación del servicio (millones/año)		107,37	107,37	107,37	107,37	107,37	107,37	107,37	107,37	107,37	107,37	107,37
Depreciación		45,84	45,84	45,84	45,84	45,84	45,84	45,84	45,84	45,84	45,84	45,84
<b>1, COSTO DE VENTA</b>		<b>2226,68</b>	<b>2226,68</b>	<b>2226,68</b>	<b>2226,68</b>	<b>2226,68</b>	<b>2226,68</b>	<b>2226,68</b>	<b>2226,68</b>	<b>2226,68</b>	<b>2226,68</b>	<b>2226,68</b>
Gastos Administrativos (millones / año)		319,83	319,83	319,83	319,83	319,83	319,83	319,83	319,83	319,83	319,83	319,83
Gastos de Ventas ( Millones / año)		18,67	17,47	17,47	17,47	17,47	17,47	17,47	17,47	17,47	17,47	17,47
Amortización de diferidos		7,93	7,93	7,93	7,93	7,93	7,93	7,93	7,93	7,93	7,93	7,93
<b>2, GASTOS OPERATIVOS</b>		<b>346,43</b>	<b>345,23</b>	<b>345,23</b>	<b>345,23</b>	<b>345,23</b>	<b>345,23</b>	<b>345,23</b>	<b>345,23</b>	<b>345,23</b>	<b>345,23</b>	<b>345,23</b>
<b>COSTOS DE OPERACIÓN (1+2)</b>		<b>2.573,12</b>	<b>2.571,92</b>	<b>2.571,92</b>	<b>2.571,92</b>	<b>2.571,92</b>	<b>2.571,92</b>	<b>2.571,92</b>	<b>2.571,92</b>	<b>2.571,92</b>	<b>2.571,92</b>	<b>2.571,92</b>
<b>COSTO DE FINANCIACION (intereses)</b>		<b>10,11</b>	<b>9,72</b>	<b>9,26</b>	<b>8,70</b>	<b>8,04</b>	<b>7,23</b>	<b>6,26</b>	<b>5,10</b>	<b>3,70</b>	<b>2,02</b>	<b>2,02</b>
<b>TOTAL COSTOS DE OPERACIÓN Y DE FINANCIACION</b>		<b>2.583,23</b>	<b>2.581,64</b>	<b>2.581,18</b>	<b>2.580,62</b>	<b>2.579,95</b>	<b>2.579,15</b>	<b>2.578,18</b>	<b>2.577,02</b>	<b>2.575,62</b>	<b>2.573,94</b>	<b>2.573,94</b>

Fuente: Propia de la Investigación

#### 4. PROYECCIONES FINANCIERAS

En el análisis del presente proyecto los estados financieros claves son los siguientes:

- Estado de pérdidas y ganancias o Estado de resultados.
- Cuadro de fuentes y usos de fondos de efectivo, desde el punto de vista del proyecto. También se denomina estado de origen y aplicación de fondos o flujo de caja del proyecto.
- Balance proyectado.

Para obtener lo anterior se requiere de lo siguiente:

**Tabla 5.15 Información necesaria para elaborar las proyecciones financieras**

Estado de resultados	Flujo de Caja del Proyecto	Balance general
<p>INGRESOS POR CONCEPTO DE VENTAS (Tabla 5.16)</p> <p>COSTOS DE OPERACIÓN Y FINANCIACION (Tabla 5.14)</p> <p>Costo de ventas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Materiales e insumos (Tabla 5.8)</li> <li>- Mano de obra directa (Tabla 5.9)</li> <li>- Gastos generales para la prestación del servicio (Tabla 5.10)</li> <li>- Depreciación (Tabla 5.11 y 5.12)</li> </ul> <p>Gastos Operativos</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Gastos Administrativos (Tabla 5.5)</li> <li>- Gastos Grales de Ventas (Tabla 2.13)</li> <li>- Amortización de Diferidos. (Tabla 5.13)</li> </ul> <p>Costos de financiación (Tabla 5.7)</p>	<p>ENTRADAS DE EFECTIVO</p> <p>(Tabla 5.18 y 5.19)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ingreso por concepto de ventas</li> <li>- Recursos Financieros</li> <li>- VRUA: Valor remanente en el último año.</li> </ul> <p>SALIDAS DE EFECTIVO</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Incremento de los activos totales</li> <li>- Costos de operación netos de depreciación y amortización de diferidos.</li> <li>- Costos Financieros.</li> <li>- Pago de prestamos</li> <li>- Impuestos</li> <li>- Dividendos</li> </ul>	<p>Información proveniente del Estado de resultados (Tabla 5.17) Flujo de caja del proyecto (Tabla 5.20).</p> <p>Se requiere saber sobre:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Efectivo</li> <li>- Cuentas por cobrar</li> <li>- Inventarios</li> </ul> <p>Activos fijos los depreciables y los no depreciables.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Gastos preoperativos.</li> <li>- Cuentas por pagar, préstamos</li> <li>- Capital social</li> <li>- Reservas.</li> </ul>

Fuente: Propia de la investigación

Con la proyección de los ingresos totales, la cual se muestra en la Tabla 5.16 se elaborarán las proyecciones financieras que permitirán generar un diseño detallado de la parte financiera de la empresa, donde se pueda conocer la rentabilidad y solidez del proyecto.

#### **4.1. INGRESO POR CONCEPTO DE VENTAS**

Los ingresos del Parque Divertura tienen como base el cobro de la entrada, tanto de adultos como de niños, para disfrutar de él.

Los precios para este servicio son de:

\$ 10.000 Adulto

\$ 8.000 Niño

Estos precios tienen incluido un bono consumible de \$ 5.000, lo que indica que le quedarán netos al Parque por cada visita \$ 5.000 por adultos y \$ 3.000 por niño. De los \$5.000 que son consumibles se ha destinado \$4.000 para cubrir costos fijos y variables y los \$1.000 restantes se han tomado como otros ingresos.

Teniendo como base estos precios y el nivel de capacidad, en la Tabla 5.16 se pueden ver los ingresos totales en cada uno de los años de vida del proyecto.

**Tabla 5.16 Ingresos por concepto de ventas (millones del año 1)**

Fase	Inversión	Operacional									
Año	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>VISITAS NIÑOS</b>											
Nivel de prestación del servicio		100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Boletas niños		83.491	83.491	83.491	83.491	83.491	83.491	83.491	83.491	83.491	83.491
Precio de venta (miles/visita)		8	8	8	8	8	8	8	8	8	8
Ingresos por visitas niños (millones)		667,93	667,93	667,93	667,93	667,93	667,93	667,93	667,93	667,93	667,93
<b>VISITAS ADULTOS</b>											
Nivel de prestación del servicio		100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Boletas adultos		290.909	290.909	290.909	290.909	290.909	290.909	290.909	290.909	290.909	290.909
Precio de venta (miles/visita)		10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
Ingresos por visitas adultos (millones)		2.909,09	2.909,09	2.909,09	2.909,09	2.909,09	2.909,09	2.909,09	2.909,09	2.909,09	2.909,09
<b>TOTAL INGRESOS (millones)</b>		<b>3.577,02</b>	<b>3.577,02</b>	<b>3.577,02</b>	<b>3.577,02</b>	<b>3.577,02</b>	<b>3.577,02</b>	<b>3.577,02</b>	<b>3.577,02</b>	<b>3.577,02</b>	<b>3.577,02</b>

Fuente: Propia de la Investigación

- Se espera que el número de visitas realizadas por los niños ascienda a 83.491, este valor es igual al 22.3% del total de niños mayores de 3 años, jóvenes y adultos de los estratos 3, 4 y 5 de la ciudad de Popayán. Igualmente se espera que las visitas de adultos sean 290.909, las cuales equivalen al 77.7% del total de niños mayores de 3 años, jóvenes y adultos de los estratos 3, 4 y 5 de la ciudad de Popayán.
- La elaboración de la proyección de ventas se basó sólo en los ingresos generados por la compra de las boletas de entrada, es decir, \$ 8.000 por niños y \$ 10.000 por adultos.

## 4.2. ESTADO DE RESULTADOS

El estado de resultados refleja la rentabilidad de la empresa durante el periodo contable. Muestra el origen de los ingresos y la naturaleza de los gastos y pérdidas, factores que dan lugar a la utilidad neta.

Para elaborar el estado de resultados (Tabla 5.17.) se requieren los datos de la Tabla 5.16: Ingresos por concepto de ventas y de la Tabla 5.14: Costos de operación y financiación, del presente capítulo.

La empresa se constituirá como una sociedad limitada y de acuerdo con el sistema tributario del país, tendrá que contribuir por concepto de impuestos con el 35%<sup>159</sup> de su utilidad antes de impuestos. Los impuestos se pagan en el año en que se causan.

Divertura tendrá como política repartir dividendos en un 50% de la utilidad neta, lo cual ocasiona unas reservas del 50% de dichas utilidades.

---

<sup>159</sup> El impuesto para las sociedades de responsabilidad limitada para el año 2006 es de 35%. Esta información fue facilitada por un contador profesional con experiencia en el medio.

**Tabla 5.17 Estado de pérdidas y ganancias o estado de resultados (millones del año 1)**

Fase	Inversión			Operacional								
	Año	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ingresos por concepto de ventas		3.577,02	3.577,02	3.577,02	3.577,02	3.577,02	3.577,02	3.577,02	3.577,02	3.577,02	3.577,02	3.577,02
Menos costos de operación y de financiación		2.583,23	2.581,64	2.581,18	2.580,62	2.579,95	2.579,15	2.578,18	2.577,02	2.575,62	2.573,94	
Utilidad antes de impuestos		993,79	995,38	995,84	996,40	997,07	997,87	998,84	1.000,00	1.001,40	1.003,08	
Menos impuestos		347,83	348,38	348,54	348,74	348,97	349,25	349,59	350,00	350,49	351,08	
Utilidad neta		645,96	647,00	647,30	647,66	648,09	648,62	649,25	650,00	650,91	652,00	
Menos dividendos (50%)		322,98	323,50	323,65	323,83	324,05	324,31	324,62	325,00	325,46	326,00	
Utilidades no repartidas		322,98	323,50	323,65	323,83	324,05	324,31	324,62	325,00	325,46	326,00	
Utilidades no repartidas acumuladas (reservas)		322,98	646,48	970,13	1.293,96	1.618,00	1.942,31	2.266,93	2.591,94	2.917,39	3.243,39	

Fuente: Propia de la Investigación

- Los ingresos por concepto de ventas son los indicados en la Tabla 5.16
- Los costos de operación y financiación son los que aparecen en la Tabla 5.14
- La tasa de impuestos para las sociedades de responsabilidad limitada es de 35%
- La empresa adopta la política que los dividendos sean el 50% de las utilidades (utilidad neta), con lo cual las reservas o utilidades no repartidas serán de 50%.

### 4.3. CUADRO DE FUENTES Y USOS DE FONDO DE EFECTIVO O FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO

El cuadro de fuentes y usos de fondo de efectivo o flujo de caja del proyecto permite establecer la planificación financiera del proyecto o estado de origen y aplicación de fondos. Éste muestra dónde las entradas de efectivo se deben sincronizar con las salidas de efectivo por concepto de inversión, costos de operación y otros gastos.

Antes de presentar el flujo de caja del proyecto, es indispensable mostrar:

- Los activos totales (Tabla 5.18), que se proyectan adquirir en cada uno de los años de vida del proyecto, fases de inversión y operacional.
- Los recursos financieros (Tabla 5.19) que requiere el proyecto, pues son las fuentes de financiación.

Después de los anteriores cálculos, se presenta el flujo de caja del proyecto en la Tabla 5.20

**Tabla 5.18 Activos totales (millones del año 1)**

Fase	Inversión	Operacional									
Año	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1. Inversiones fijas (iniciales y reposiciones)	1.210,82	0,00	1,12	0,91	2,22	3,52	30,03	2,22	2,09	9,31	2,22
2. Gastos preoperativos	79,28										
3. Incremento del activo corriente		34,10	-0,05	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>TOTAL</b>	<b>1.290,10</b>	<b>34,10</b>	<b>1,07</b>	<b>0,91</b>	<b>2,22</b>	<b>3,52</b>	<b>30,03</b>	<b>2,22</b>	<b>2,09</b>	<b>9,31</b>	<b>2,22</b>

Fuente: Propia de la investigación



- Los anteriores activos totales son los que se proyectan adquirir durante los años de vida del proyecto
- El valor de las inversiones fijas (iniciales y nuevas) y los gastos preoperativos se describen en los puntos 1.1 y 1.2 del presente estudio financiero, respectivamente.
- El incremento del activo corriente corresponde al valor que aparece en la Tabla 5.2 correspondiente al capital de trabajo.

**Tabla 5.19 Recursos financieros (millones del año 1)**

Fase	Inversión					Operacional						
	Año	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Aportes de Capital (socio-terreno)	500,00											
Aportes de Capital (socias-efectivo)	60,00											
Aportes de Capital (Otros socios)	680,10											
Prestamos bancarios	50,00											
Incremento del pasivo corriente		145,57	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>TOTAL</b>	<b>1290,10</b>	<b>145,57</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>

Fuente: Propia de la Investigación

- El valor del préstamo bancario y los aportes a capital se especifican en el punto 2.2 del presente estudio.
- El incremento del pasivo corriente corresponde al valor que aparece en la Tabla 5.2 del Capital de Trabajo.

**Tabla 5.20 Cuadro de fuente y usos de fondo de efectivo o Flujo de caja del proyecto (millones del año 1)**

Fase	Inversión	Operacional										
Año	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
<b>SALDO INICIAL</b>	0,00	0,00	486,32	860,23	1.233,99	1.606,06	1.976,38	2.319,65	2.690,07	3.059,84	3.421,44	3.789,00
<b>ENTRADA DE EFECTIVO</b>												
1. Recursos financieros	1.290,10	145,57	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
2. Ingresos por concepto de ventas		3.577,02	3.577,02	3.577,02	3.577,02	3.577,02	3.577,02	3.577,02	3.577,02	3.577,02	3.577,02	
3. Valor remanente en el último año												694,49
<b>TOTAL ENTRADAS DE EFECTIVO</b>	1.290,10	3.722,59	4.063,34	4.437,25	4.811,01	5.183,08	5.553,40	5.896,67	6.267,09	6.636,86	6.998,46	4.483,49
<b>SALIDA DE EFECTIVO</b>												
1. Incremento de los activos totales	1.290,10	34,10	1,07	0,91	2,22	3,52	30,03	2,22	2,09	9,31	2,22	
2. Costos de operación, netos de y de amortización de diferidos		2.519,34	2.518,14	2.518,14	2.518,14	2.518,14	2.518,14	2.518,14	2.518,14	2.518,14	2.518,14	2.518,14
3. Costos de financiación (intereses)		10,11	9,72	9,26	8,70	8,04	7,23	6,26	5,10	3,70	2,02	
4. Pago de prestamos		1,91	2,29	2,75	3,31	3,98	4,78	5,75	6,92	8,31	9,99	
5. Impuestos		347,83	348,38	348,54	348,74	348,97	349,25	349,59	350,00	350,49	351,08	
6. Dividendos		322,98	323,50	323,65	323,83	324,05	324,31	324,62	325,00	325,46	326,00	
<b>TOTAL SALIDAS DE EFECTIVO</b>	1.290,10	3.236,27	3.203,11	3.203,26	3.204,95	3.206,70	3.233,75	3.206,59	3.207,25	3.215,41	3.209,46	
<b>SALDO FINAL</b>	0,00	486,32	860,23	1.233,99	1.606,06	1.976,38	2.319,65	2.690,07	3.059,84	3.421,44	3.789,00	4.483,49

Fuente: Propia de la Investigación

. El valor remanente en el último año es igual a la depreciación no causada, es decir el valor en libros en el último año de la fase operacional del proyecto, de los activos depreciables que se encuentran en la Tabla 5.11; más el capital de trabajo invertido en el proyecto en el último año de la fase operacional, Tabla 5.2

#### **4.4. BALANCE GENERAL PROYECTADO**

Con este estado financiero se busca pronosticar las partidas básicas del balance en cada uno de los años del proyecto. El balance proyectado muestra el cuadro financiero total en ciertos momentos de la vida del proyecto.

El balance proyectado de Divertura se muestra en la Tabla 5.21.

**Tabla 5.21 Balance general proyectado (millones del año 1)**

Fase	Inversión					Operacional					
Año	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>ACTIVOS</b>											
Activos corrientes											
Efectivo		520,42	894,28	1.268,04	1.640,11	2.010,43	2.353,70	2.724,12	3.093,89	3.455,49	3.823,05
<i>Total activos corrientes</i>		520,42	894,28	1.268,04	1.640,11	2.010,43	2.353,70	2.724,12	3.093,89	3.455,49	3.823,05
Activos fijos											
<i>Depreciables</i>											
Terrenos	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
Edificios	588,07	558,67	529,26	499,86	470,46	441,05	411,65	382,25	352,84	323,44	294,04
Muebles y equipos (prest. servicio)	73,14	65,83	58,51	51,20	43,88	36,57	29,26	21,94	14,63	7,31	0,00
Semovientes - Vacas	6,00	5,25	4,50	3,75	3,00	2,25	1,50	0,75	0,00	5,25	4,50
Semovientes - Toros	2,40	2,32	2,24	2,16	2,08	2,00	1,92	1,84	1,76	1,68	1,60
Semovientes - Yeguas y asnos	6,30	5,99	5,67	5,36	5,04	4,73	4,41	4,10	3,78	3,47	3,15
Semovientes - Cerdos	1,10	0,73	0,37	0,00	0,73	0,37	0,00	0,73	0,37	0,00	0,73
Semovientes - Cabras y ovejas	2,40	1,80	1,20	0,60	0,00	1,80	1,20	0,60	0,00	1,80	1,20
Semovientes - Conejos	0,09	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Semovientes - Gallinas	0,21	0,07	0,14	0,00	0,07	0,14	0,00	0,07	0,14	0,00	0,07
Semovientes - Aves	0,98	0,84	0,70	0,56	0,42	0,28	0,14	0,00	0,84	0,70	0,56
Semovientes - Tortugas	0,20	0,20	0,19	0,19	0,18	0,18	0,18	0,17	0,17	0,16	0,16
Muebles y enseres (Oficina)	21,19	16,95	12,71	8,48	4,24	0,00	16,95	12,71	8,48	4,24	0,00
Muebles y enseres (Taquilla)	6,14	4,91	3,68	2,46	1,23	0,00	4,91	3,68	2,46	1,23	0,00
Muebles y enseres (aseo)	0,82	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Muebles y enseres (serv. medicos)	1,14	0,91	0,68	0,46	0,23	0,00	0,91	0,68	0,46	0,23	0,00
Muebles y enseres (seguridad)	0,32	0,26	0,19	0,13	0,06	0,00	0,26	0,19	0,13	0,06	0,00
Herramientas varias	0,32	0,26	0,19	0,13	0,06	0,00	0,26	0,19	0,13	0,06	0,00
<i>Total actijos fijos</i>	1.210,82	1.164,98	1.120,25	1.075,32	1.031,69	989,36	973,55	929,92	886,17	849,63	806,01
Activos diferidos											
Gastos preoperativos	79,28	71,35	63,42	55,49	47,57	39,64	31,71	23,78	15,86	7,93	0,00
<i>Total activos diferidos</i>	79,28	71,35	63,42	55,49	47,57	39,64	31,71	23,78	15,86	7,93	0,00
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	1.290,10	1.756,74	2.077,95	2.398,85	2.719,36	3.039,43	3.358,95	3.677,83	3.995,91	4.313,05	4.629,06

Fuente: Propia de la Investigación

#### **4.5. ANALISIS FINANCIERO**

Este análisis es de gran importancia ya que permite conocer situaciones de interés particular para tomar decisiones importantes de índole administrativa y financiera.

Permite evaluar el soporte financiero con que contará la empresa, permitiendo a su vez una planificación adecuada de diferentes planes para posibles problemas.

Para este análisis se deben considerar varias razones financieras, las cuales se obtienen a partir de datos del balance proyectado y el estado de resultados.

Un indicador, índice o razón es la consecuencia de una relación entre dos valores, por tal motivo, regularmente un indicador es el resultado de un cociente o división de una cifra entre otra.

Los tipos de indicadores que se tuvieron en cuenta en este estudio, son:

- Indicadores de liquidez.
- Indicadores de aprovechamiento de recursos.
- Indicadores de endeudamiento.
- Indicadores de rentabilidad.

A continuación se presenta el análisis financiero, basado en los indicadores que se muestran en la Tabla 5.22

**Tabla 5.22 Indicadores para los análisis financieros**

	Unidad	Fase Operacional									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>a. INDICADORES DE LIQUIDEZ</b>											
1. Razón corriente o circulante	Nº de veces	3,6	6,1	8,7	11,3	13,8	16,2	18,7	21,3	23,7	26,3
2. Capital de trabajo neto	\$	374,8	748,7	1122,5	1494,5	1864,9	2208,1	2578,6	2948,3	3309,9	3677,5
<b>b. INDICADORES DE APROVECHAMIENTO DE RECURSOS</b>											
1. Rotacion de activo corriente o circulante	Nº de veces		4,00	2,82	2,18	1,78	1,52	1,31	1,16	1,04	0,94
2. Rotacion del activo fijo	Nº de veces	3,1	3,2	3,3	3,5	3,6	3,7	3,8	4,0	4,2	4,4
3. Rotacion del activo total	Nº de veces	2,04	1,72	1,49	1,32	1,18	1,06	0,97	0,90	0,83	0,77
<b>c. INDICADORES DE ESTRUCTURA O ENDEUDAMIENTO</b>											
1. Indice de endeudamiento total	%	11,0	9,2	7,9	6,8	6,0	5,3	4,6	4,1	3,6	3,1
2. Indice de endeudamiento a corto plazo	%	8,29	7,01	6,07	5,35	4,79	4,33	3,96	3,64	3,38	3,14
3. Indice de endeudamiento a largo plazo	%	2,7	2,2	1,8	1,5	1,2	0,9	0,7	0,5	0,2	0,0
4. Indice de cobertura de intereses	Nº de veces	98,30	102,36	107,52	114,47	124,08	138,01	159,48	196,07	270,51	496,36
5. Indice de participacion patrimonial	%	89,0	90,8	92,1	93,2	94,0	94,7	95,4	95,9	96,4	96,9
6. Razón deuda a largo plazo a capital contable o patrimonio	%	3,1	2,4	1,9	1,6	1,3	1,0	0,7	0,5	0,2	0,0
<b>d. INDICADORES DE COSTOS</b>											
1. Indice de costo de ventas	%	62,2	62,2	62,2	62,2	62,2	62,2	62,2	62,2	62,2	62,2
2. Indice de gastos operativos	%	9,7	9,7	9,7	9,7	9,7	9,7	9,7	9,7	9,7	9,7
3. Indice de costos financieros	%	0,28	0,27	0,26	0,24	0,22	0,20	0,18	0,14	0,10	0,06
<b>e. INDICADORES DE RENTABILIDAD</b>											
1. Indice de rendimiento operativo en ventas	%	0,281	0,28	0,28	0,28	0,28	0,28	0,28	0,28	0,28	0,28
2. Indice de rendimiento neto en ventas	%	18,059	18,1	18,1	18,1	18,1	18,1	18,2	18,2	18,2	18,2
3. Indice de rendimiento patrimonial	%	41,33	34,3	29,3	25,6	22,7	20,4	18,5	17,0	15,7	14,5
4. Indice de rendimiento de la inversión	%	36,77	31,1	27,0	23,8	21,3	19,3	17,7	16,3	15,1	14,1

Fuente: Propia de la Investigación

#### 4.5.1. Liquidez

El concepto de liquidez está referido a la posibilidad de convertir el valor de una cuenta en dinero efectivo para responder por las exigencias de corto plazo.

Los indicadores de liquidez permiten determinar la respuesta de la empresa para asumir el pago de las deudas cuyo vencimiento es a corto plazo.

- **Razón Corriente o Circulante = Activo Corriente / Pasivo Corriente**

Indica la capacidad que posee el Parque para atender los compromisos de corto plazo con los recursos disponibles en el mismo lapso.

	Unidad	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1. Razón corriente o circulante	Nº de veces	3,6	6,1	8,7	11,3	13,8	16,2	18,7	21,3	23,7	26,3

De los anteriores resultados se concluye que el Parque tiene una buena liquidez, pues desde el año 1 tiene disponibles \$ 3.58 para responder por cada \$ 1.0 de deudas de corto plazo.

La liquidez va incrementando cada año puesto que con el tiempo se va cancelando el valor del préstamo inicial, ya que se abona a intereses y capital, liberando la cantidad de activos corrientes, igualmente los ingresos por concepto de entradas tanto de niños como adultos, son bastante alentadores y se mantienen año a año.

- **Capital de Trabajo Neto = Activo Corriente - Pasivo Corriente**

Muestra los recursos con los que contaría la empresa para desarrollar sus operaciones, luego de cancelar los pasivos exigibles.

En realidad el capital de trabajo no es propiamente un índice, porque no se calcula con base en un cociente, sino como la diferencia entre el activo corriente y el pasivo corriente.

	Unidad	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
2. Capital de trabajo neto	\$	374,8	748,7	1122	1495	1865	2208	2579	2948	3310	3677

De los anteriores resultados se concluye que el Parque tiene una buena liquidez. Lo que nos indica que desde el primer año hay suficientes recursos para cancelar la totalidad del préstamo. Se cuenta por lo tanto con la disponibilidad para cubrir las obligaciones con terceros.

#### 4.5.2. Aprovechamiento de recursos

La eficiencia en la utilización de los recursos del Parque se mide a través de este conjunto de indicadores, por lo cual se constituyen en importantes índices de gestión para la adecuada evaluación de la dirección administrativa de la empresa. Estos índices suponen la existencia de un "razonable" equilibrio entre las actividades operacionales y los distintos activos que tiene la empresa a disposición de la gerencia.

- **Rotación de Activo Corriente =  $\text{Ingresos por Ventas} / \text{Activo Corriente}$**

Indica el número de veces en que el activo corriente se convierte en ventas o ingresos para la empresa, es decir, las veces en que el activo corriente se convierte en dinero.

	Unidad	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1. Rotacion de activo corriente o circulante	Nº de veces	6,9	4,0	2,8	2,2	1,8	1,5	1,3	1,2	1,0	0,9

El primer año es alto (comparado con los otros años) debido a que hay un buen ingreso por concepto de ventas comparado con los activos corrientes, en especial



el efectivo que es bajo. La tendencia de este índice a disminuir en los siguientes años radica en que prácticamente el ingreso por concepto de ventas se mantiene constante desde el año 1 hasta el año 10, mientras que el activo corriente va en aumento, a causa del efectivo.

En el año 1 el activo se demora 52.04 días en convertirse en efectivo y en el año 10, año en el que se deben implementar medidas pues el indicador está por debajo de cero, tarda 382.97 días en ser dinero.

- **Rotación de Activo Fijo =  $\text{Ingresos por Ventas} / \text{Activo Fijo Neto}$**

Mide la capacidad que tiene la empresa de generar ingresos operacionales a partir de los activos fijos. Indica el número de veces en que el activo fijo se convierte en ventas para la empresa, es decir, las veces en que el activo fijo se convierte en dinero.

	Unidad	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
2. Rotación del activo fijo	Nº de veces	3,1	3,2	3,3	3,5	3,6	3,7	3,8	4,0	4,2	4,4

La tendencia de este índice a aumentar del año 1 al año 10 radica en que prácticamente el ingreso por concepto de ventas se mantiene constante, mientras que el activo fijo se va disminuyendo por efecto de la depreciación. Esto indica que se esta generando un volumen de operaciones comerciales buenas con la cuantía de activos fijos, en el año 5 el ingreso por concepto de ventas será de 3.6 veces lo invertido en el costo fijo.

- **Rotación de Activo Total =  $\text{Ingresos por Ventas} / \text{Activo Total}$**

Este indicador mide la capacidad que tiene el Parque de generar ingresos operacionales a partir de una inversión dada.

	Unidad	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
3. Rotación del activo total	Nº de veces	2,04	1,72	1,49	1,32	1,18	1,06	0,97	0,90	0,83	0,77

La tendencia de este índice a disminuir radica en que prácticamente el ingreso por concepto de ventas se mantiene constante desde el año 1 hasta el año 10, mientras que el activo total va en aumento, pero lo que está aumentando es el efectivo (activos corrientes). Igualmente se puede analizar que este indicador es bastante bajo, puesto que los activos totales son muy elevados comparados con los ingresos.

#### 4.5.3. Endeudamiento

Este grupo de indicadores, muestra la contribución de los acreedores en la generación de fondos para la empresa y las implicaciones que conlleva esa financiación externa.

El resultado de estos índices, le interesa especialmente a los bancos y a los acreedores de largo plazo.

- **Índice de Endeudamiento Total o Razón de Deuda =  $\frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo total}}$**

Este indicador muestra el grado de participación de los acreedores en la financiación de los activos del Parque, por lo tanto se calcula a partir de la relación entre el pasivo total y el activo total.

	Unidad	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1. Índice de endeudamiento total	%	11,0	9,2	7,9	6,8	6,0	5,3	4,6	4,1	3,6	3,1

Ante estos resultados se concluye que la empresa tiene un buen nivel de endeudamiento dado que con los años el riesgo que corren los acreedores se

disminuye por cuanto los activos de la empresa pueden respaldar en mayor proporción la deuda, situación conveniente para el inversionista; esta estructura financiera es una buena carta de presentación para obtener nuevos recursos en caso de requerirse.

El año más alto, lógicamente, es el primero, donde el 11% del Parque esta financiado por los acreedores, pero en el año 5 ya es del 6% y en cada año disminuye significativamente.

La tendencia de este índice a disminuir, que es bueno para el Parque, radica en que año tras año el pasivo va disminuyendo, porque se va cancelado el préstamo realizado y no se vuelven hacer mas créditos, mientras que año tras años los activos totales, básicamente el efectivo (activos corrientes) va en aumento.

- **Índice de Endeudamiento a Corto Plazo = *Deuda a Corto Plazo / Activo total***

Este indicador muestra el grado de participación de los pasivos corrientes en la financiación de los activos del Parque.

	Unidad	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
2. Índice de endeudamiento a corto plazo	%	8,3	7,0	6,1	5,4	4,8	4,3	4,0	3,6	3,4	3,1

De los anteriores resultados se concluye que el Parque está utilizando los pasivos corrientes para su financiación, presentándose un mayor porcentaje en el año 1 (8.3%) y disminuyendo significativamente en los siguientes años.

- **Índice de Endeudamiento a Largo Plazo = *Deuda a Largo Plazo / Activo total***

Este indicador muestra el grado de participación del crédito en la financiación de los activos del Parque.

	Unidad	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
3. Índice de endeudamiento a largo plazo	%	2,74	2,20	1,79	1,46	1,18	0,92	0,69	0,46	0,23	0,00

De los anteriores resultados se concluye que el Parque utiliza el crédito para su financiamiento en un porcentaje muy bajo, en el año 1 el 2.74 % de la empresa esta financiada con este tipo de fuente, en los siguientes años este porcentaje se disminuye hasta llegar a ser cero en el año 10. La tendencia de este índice a disminuir, que es favorable para el Parque, radica en que año tras año el pasivo va disminuyendo, porque se va cancelado el préstamo realizado y no es necesario renovarlo.

A manera de resumen:

**Tabla: 5.23 Resumen índice de endeudamiento**

año	Índice de Endeudamiento	=	Índice de Endeudamiento a largo plazo (crédito)	+	Índice de Endeudamiento a corto plazo
1	11		2.74		8.3
2	9.2		2.20		7.0
3	7.9		1.79		6.1
4	6.8		1.46		5.4
5	6.0		1.18		4.8
6	5.3		0.92		4.3
7	4.6		0.69		4.0
8	4.1		0.46		3.6
9	3.6		0.23		3.4
10	3.1		0		3.1

Fuente: Propia de la Investigación

Como se menciona anteriormente, se concluye que el Parque tiene un buen nivel de endeudamiento, lo cual le permitirá tener una buena capacidad de pago para la obtención de nuevos recursos a través de crédito en caso de requerirse.

- **Índice de Cobertura de Intereses = *Utilidad Operativa (utilidad antes de impuestos) / intereses***

Como se ha mencionado, el Parque como parte de su financiación utilizará un crédito, lo cual genera un costo por financiación.

Por este motivo es importante conocer la capacidad de cubrimiento de los gastos financieros originados en la financiación, a partir de la utilidad operacional.

	<b>Unidad</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>
4. Índice de cobertura de intereses	Nº de veces	98,3	102,4	107,5	114,5	124	138	159,5	196,1	270,5	496,4

Después de analizar lo anterior, se puede concluir, que el Parque tiene buena capacidad para asumir con sus operaciones, el costo de las deudas; en el primer año la empresa podrá responder por unos intereses aprox. 98.3 veces más de los que debe responder. Año tras año este valor se incrementa, pues las utilidades van aumentando y los intereses disminuyen.

- **Índice de Participación Patrimonial = *Patrimonio / Activo Total***

Este indicador muestra el grado de participación del patrimonio en la financiación de los activos del Parque.

	<b>Unidad</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>
5. Índice de participación patrimonial	%	89,0	90,8	92,1	93,2	94,0	94,7	95,4	95,9	96,4	96,9

Del anterior indicador se concluye que el Parque prácticamente utiliza el patrimonio en mayor proporción que los pasivos para su financiamiento. En los siguientes años este porcentaje se aumenta, recurriendo cada año menos a los pasivos, en especial el crédito. La tendencia de este índice a aumentar, que es bueno para el Parque, radica en que año tras año las utilidades van aumentando, porque el capital social se mantiene constante.

A manera de resumen, para la financiación de la empresa, se tiene lo siguiente:

**Tabla 5.24 Endeudamiento con pasivos y con patrimonio.**

<b>AÑO</b>	<b>ENDEUDAMIENTO CON PASIVOS %</b>	<b>ENDEUDAMIENTO CON PATRIMONIO %</b>
<b>1</b>	11	89.0
<b>2</b>	9.2	90.8
<b>3</b>	7.9	92.1
<b>4</b>	6.8	93.2
<b>5</b>	6	94.0
<b>6</b>	5.3	94.7
<b>7</b>	4.6	95.4
<b>8</b>	4.1	95.9
<b>9</b>	3.6	96.4
<b>10</b>	3.1	96.9

Fuente: Propia de la investigación

#### 4.5.4. Costos

- **Índice de Costo de Ventas = Costo de Ventas / Ingresos por Venta**

Este indicador muestra que porcentaje de los ingresos por concepto de ventas se destinan para cubrir el costo de venta.

	Unidad	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1. Índice de costo de ventas	%	62,25	62,25	62,25	62,25	62,2	62,25	62,25	62,25	62,25	62,25

Se puede concluir que el 62.25 % de los ingresos se deben destinar para cubrir el costo de las ventas, permaneciendo este valor constante año tras año.

Con esta parte de los ingresos se debe cubrir materiales, alimentos, mano de obra y gastos generales para la prestación del servicio.

- **Índice de Gastos Operativos = Gastos Operativos / Ingresos por Venta**

Este indicador muestra que porcentaje de los ingresos por concepto de ventas se destinan para cubrir los gastos operativos.

	Unidad	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
2. Índice de gastos operativos	%	9,68	9,65	9,65	9,65	9,65	9,65	9,65	9,65	9,65	9,65

De los anteriores resultados se concluye que el 9.68 % de los ingresos se deben destinar para cubrir los gastos operativos, dichos gastos se ven representados en gastos administrativos, gastos en ventas y gastos preoperativos.

- **Índice de Costos Financieros = *Intereses / Ingresos por Venta***

Este indicador muestra que porcentaje de los ingresos por concepto de ventas se destinan para cubrir los intereses ocasionados por el préstamo realizado como parte de financiamiento del Parque.

	<b>Unidad</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>
3. Índice de costos financieros	%	0,28	0,27	0,26	0,24	0,22	0,20	0,18	0,14	0,10	0,06

La tendencia de este índice a disminuir, comportamiento que es bueno para el Parque, radica en que año tras año los intereses van disminuyendo, porque se va cancelando el préstamo realizado sin tener que recurrir nuevamente a más créditos.

#### **4.5.5. Rentabilidad**

Este grupo de indicadores interesa particularmente a los dueños o inversionistas

- **Índice de Rendimiento Operativo en Ventas = *Utilidad Operativa / Ingresos por Ventas***

Este indicador muestra que porcentaje de los ingresos por concepto de ventas corresponden a utilidad operativa.

Al comparar la utilidad operativa con las ventas, se mide la eficiencia con que la administración no solo prestó sus servicios, sino que también lo vendió y distribuyó, puesto que la utilidad operativa aparece después de deducir el costo de los servicios vendidos y los gastos de ventas, generales y de administración.



	Unidad	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1. Índice de rendimiento operativo en ventas	%	0,28	0,28	0,28	0,28	0,28	0,28	0,28	0,28	0,28	0,28

Este indicador no es muy favorable para el Parque de Diversión y cultura, puesto que los ingresos por concepto de ventas generan muy poca utilidad operativa.

A manera de resumen, los ingresos por concepto de ventas se distribuyen de la siguiente forma:

**Tabla 5.25 Índices de rentabilidad**

Año	Para cubrir Costos de Operación %	Para Utilidad Operativa %
1	99.72	0.28
2	99.72	0.28
3	99.72	0.28
4	99.72	0.28
5	99.72	0.28
6	99.72	0.28
7	99.72	0.28
8	99.72	0.28
9	99.72	0.28
10	99.72	0.28

Fuente: Propia de la investigación

- **Índice de Rendimiento Neto en Ventas o Margen Neto =  $\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ingreso por Ventas}}$**

Este indicador muestra que porcentaje de los ingresos por concepto de ventas corresponden a utilidad neta.

Se interpreta como la eficiencia demostrada por la gerencia en la obtención de beneficios netos, a partir de las operaciones, es decir, que este margen es la medida general de habilidad con que la administración logró convertir en utilidad cada \$1.0 obtenido de las ventas.

	Unidad	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
2. Índice de rendimiento neto en ventas	%	18,1	18,1	18,1	18,1	18,1	18,1	18,2	18,2	18,2	18,2

Este índice se muestra favorable para el Parque; en el año uno por cada \$ 100 en ventas se genera una utilidad de \$ 18.1.

- **Índice de Rendimiento Patrimonial o para los Accionistas = *Utilidad Neta / Patrimonio***

Este indicador muestra a los propietarios la verdadera retribución al riesgo que han asumido al brindarle a la empresa el respaldo requerido para sus operaciones.

	Unidad	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
3. Índice de rendimiento patrimonial	%	41,33	34,29	29,29	25,56	22,7	20,38	18,51	16,96	15,66	14,54

Los resultados indican que los propietarios de Divertura están obteniendo buenos beneficios, logrando mejores resultados en esta inversión que en actividades de poco riesgo.

La tendencia de este índice a disminuir, se debe primordialmente a que el patrimonio esta aumentando en mayor proporción que las utilidades. Aunque el capital social permanece constante, el patrimonio aumenta debido a la acumulación de utilidades no repartidas.

- **Índice de Rendimiento de la Inversión o Rentabilidad = Utilidad Neta / Activo Total**

Este es el indicador de mayor significancia en el análisis financiero, por cuanto mide la eficiencia en el manejo de los recursos por parte de la gerencia.

	<b>Unidad</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>
4. Índice de rendimiento de la inversión	%	36,8	31,1	27,0	23,8	21,3	19,3	17,7	16,3	15,1	14,1

A pesar de que el indicador después del año 2 empieza a disminuir, los resultados indican que hay buen aprovechamiento de los recursos invertidos en el Parque.

En el año 3, el Parque estará generando rendimientos de \$ 27 por cada \$ 100 invertidos en él, lo cual también quiere decir que la gerencia no puede aceptar fondos adicionales cuyo costo financiero sea mayor de este porcentaje puesto que Divertura no estaría en capacidad de hacer rendir sus recursos financieros.

La tendencia de este índice a disminuir, se debe primordialmente a que el activo total esta aumentando en mayor proporción que las utilidades.

La partida del activo total que esta aumentando en mayor proporción es el efectivo, lo cual es lógico, entre otras porque hay una buena cantidad de utilidades no repartidas que hacen que cada año se cuente con suficiente efectivo para funcionar.

*Con base en todo lo anterior se puede concluir que es muy favorable la situación financiera del Parque de Diversión y Cultura DIVERTURA!*

## 4.6. PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio permite conocer en que punto los ingresos provenientes de las ventas son iguales a los costos de operación y de financiación, es decir, no se genera ni utilidades ni pérdidas.

Este análisis se debe considerar sólo como una herramienta complementaria de los diferentes métodos que se emplean en el análisis de proyectos. Para el proyecto en estudio se hace necesario el análisis del punto de equilibrio teniendo en cuenta las visitas tanto de niños como de adultos requeridas para cubrir los costos.

### 4.6.1. Calculo del punto de equilibrio

Las fórmulas que se utilizarán, son las siguientes:

$$\text{Punto de Equilibrio (und)} = \frac{\text{Costo Fijo Anual}}{\text{Precio Venta Unitario} - \text{Costo Variable Unitario}}$$

$$\text{Punto de Equilibrio (\$)} = \text{Punto de Equilibrio (und)} * \text{Precio de Venta Unitario}$$

- **Costo Fijo**

El costo fijo esta compuesto por el costo del personal técnico, los gastos administrativos, los gastos de ventas, la depreciación, la amortización de diferidos, costos fijos de alimentos e insumos y los costos de financiación.

De acuerdo al funcionamiento del Parque, como se describió en la ingeniería del proyecto, el 22.3 % de los costos fijos son asumidos por las visitas de adultos y el 77.7% por las visitas de niños.

*Costos fijos que se mantienen iguales en cada año (millones de pesos)*

Personal técnico	:	372.49
Gastos generales para la prestación del servicio	:	107.37
Gastos generales de administración	:	319.83
Amortización de diferidos	:	7.93
Costo Materiales, alimentos e insumos (C. FIJO)	:	216.19
		<hr/>

TOTAL = 1023.81

*Costos fijos que no se mantienen iguales en cada año:*

Los costos de financiación y publicidad son diferentes para cada año.

Con la información anterior, se puede obtener el costo fijo para cada uno de los años de vida del proyecto, en cada año se debe sumar a los costos fijos que no cambian años tras año, los que cambian, es decir, los costos de financiación y publicidad, los resultados se pueden observar en la tabla 5.26.

**Tabla 5.26 Cálculo del punto de equilibrio: costo fijo**

Fase	Operacional										
Año	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Costos Fijos iguales en cada año	1.023,80	1.023,80	1.023,80	1.023,80	1.023,80	1.023,80	1.023,80	1.023,80	1.023,80	1.023,80	
Costos de financiación y publicidad	28,78	27,20	26,73	26,18	25,51	24,70	23,74	22,57	21,17	19,49	
<b>COSTO FIJO TOTAL</b>	<b>1.052,59</b>	<b>1.051,00</b>	<b>1.050,54</b>	<b>1.049,98</b>	<b>1.049,31</b>	<b>1.048,51</b>	<b>1.047,54</b>	<b>1.046,38</b>	<b>1.044,98</b>	<b>1.043,30</b>	
Visitas niños: Costo Fijo	22,3%	234,73	234,37	234,27	234,15	234,00	233,82	233,60	233,34	233,03	232,66
Visitas adultos: Costo Fijo	77,7%	817,86	816,63	816,27	815,83	815,31	814,69	813,94	813,03	811,95	810,64

Fuente Propia de la Investigación

#### 4.6.2 Precio de venta y Costo variable

De acuerdo al estudio de mercado y a la ingeniería del proyecto, el precio de venta y costo variable para cada tipo de visita (niños y/o adultos) es el siguiente:

**Tabla 5.27 Cálculo del punto de equilibrio: precio de venta y costo variable**

	Precio de venta (\$/visita)	Costo Variable (\$/visita)
Visitas de niños	8.000	4088,25
Visitas de adultos	10.000	4088,25

Fuente Propia de la Investigación

Como se mencionó anteriormente, el costo variable unitario para niños y adultos en cada uno de los años de vida del proyecto corresponde al 80% de los \$ 5.000 consumibles dentro del Parque, es decir, \$ 4.000, adicional a esto, el costo de la boletería de entrada y el costo de los materiales de tu aporte al Parque. Ver Tabla 3.28 Costo de Materiales e insumos en el Estudio Técnico.

#### 4.6.3 Punto de Equilibrio

Utilizando las formulas respectivas, el punto de equilibrio para cada tipo de servicio y en cada uno de los años de vida del proyecto, se muestra en las tablas 5.28 y 5.29:

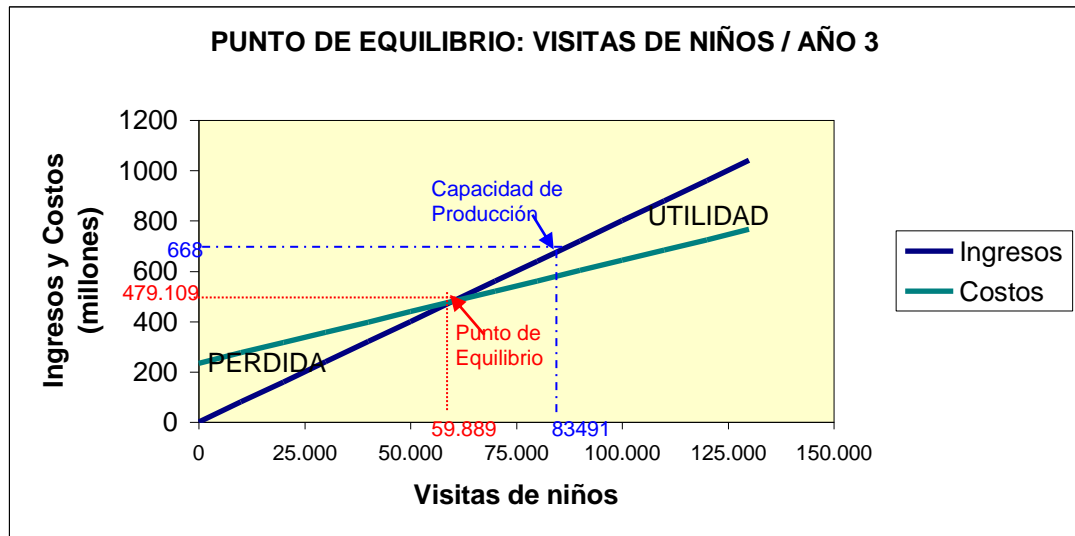
**Tabla 5.28 Punto de equilibrio para Visitas de niños**

Fase	Operacional									
Año	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Nivel de prestación del servicio	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Visitas	83.491	83.491	83.491	83.491	83.491	83.491	83.491	83.491	83.491	83.491
Precio unitario (miles/visita)	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00
Costo unitario variable (miles/visita)	4,09	4,09	4,09	4,09	4,09	4,09	4,09	4,09	4,09	4,09
Costos Fijos	234,73	234,37	234,27	234,15	234,00	233,82	233,60	233,34	233,03	232,66
PUNTO DE EQUILIBRIO (visitas)	60.005	59.915	59.889	59.857	59.819	59.773	59.718	59.651	59.572	59.476
PUNTO DE EQUILIBRIO (miles \$)	480.043,98	479.321,01	479.109,78	478.855,84	478.550,56	478.183,55	477.742,33	477.211,89	476.574,20	475.807,57
Tasa de utilización de la capacidad en el punto de equilibrio	71,9%	71,8%	71,7%	71,7%	71,6%	71,6%	71,5%	71,4%	71,4%	71,2%

Fuente: Propia de la Investigación



**Figura 5.1 Punto de equilibrio de las visitas de niños.**



Fuente: Propia de la investigación

De acuerdo a la tabla 5.28 y a la figura 5.1 se puede concluir que el punto de equilibrio en visitas de niños es de 59.889 y en pesos de \$ 479.109. En este punto Divertura utiliza el 71.7 % de la capacidad instalada, es decir, cuando el nivel de visitas esté por encima de 59.889 niños, el Parque empezará a generar utilidades por este grupo de clientes.

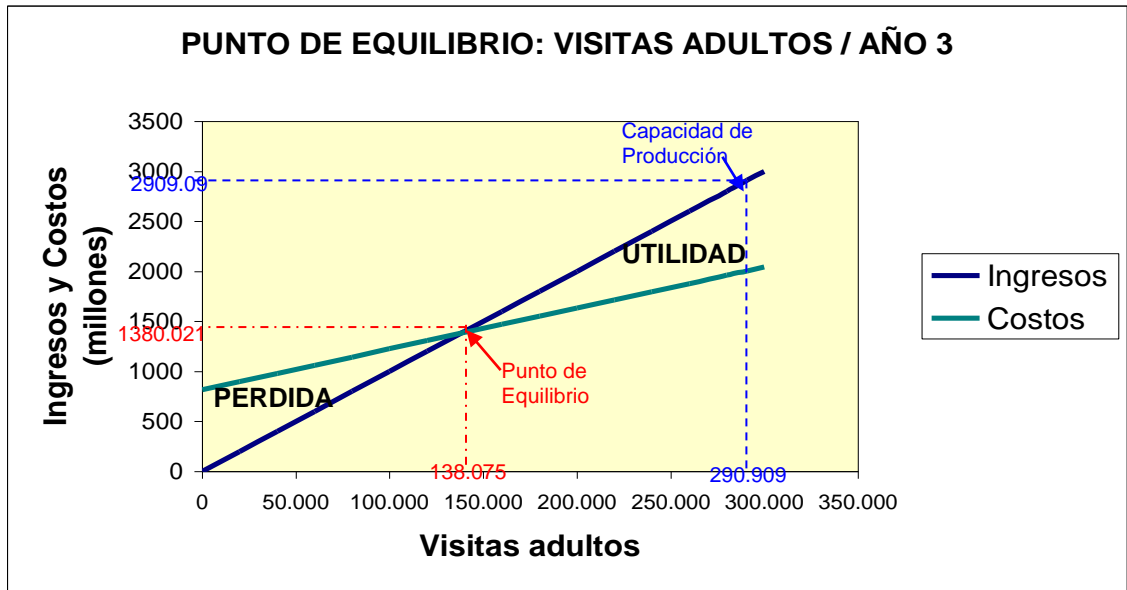
Se debe recordar que la cantidad máxima de niños que puede albergar Divertura es de 83.491.

**Tabla 5.29 Punto de equilibrio para visitas de adultos**

Fase	Operacional									
Año	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Nivel de prestación del servicio	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Visitas	290.909	290.909	290.909	290.909	290.909	290.909	290.909	290.909	290.909	290.909
Precio unitario (miles/visita)	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00
Costo unitario variable (miles/visita)	4,09	4,09	4,09	4,09	4,09	4,09	4,09	4,09	4,09	4,09
Costos Fijos	817,86	816,63	816,27	815,83	815,31	814,69	813,94	813,03	811,95	810,64
PUNTO DE EQUILIBRIO (visitas)	138.345	138.136	138.075	138.002	137.914	137.808	137.681	137.528	137.345	137.124
PUNTO DE EQUILIBRIO (miles \$)	1.383.446,05	1.381.362,50	1.380.753,76	1.380.021,94	1.379.142,14	1.378.084,44	1.376.812,88	1.375.284,20	1.373.446,43	1.371.237,06
Tasa de utilización de la capacidad en el punto de equilibrio	47,6%	47,5%	47,5%	47,4%	47,4%	47,4%	47,3%	47,3%	47,2%	47,1%

Fuente: Propia de la Investigación

**Figura 5.2 Punto de equilibrio de las visitas de adultos**



Fuente: Propia de la Investigación

De acuerdo a la tabla 5.29 y a la figura 5.2 se puede concluir que para lograr el punto de equilibrio de las visitas de adultos se debe utilizar la capacidad a un 47.5% en el año 3, atendiendo 138075 visitas de niños, a partir de este punto es donde Divertura empieza a generar utilidades.

Para realizar los cuadros 5.28 y 5.29 se tuvo en cuenta que las visitas de niños cubren el 22.3% de los costos fijos y las visitas de adultos el 77.7%, porcentajes determinados en el estudio del mercado después de realizar la investigación de mercados, donde se concluyó que este es el porcentaje de visitas tanto de niños como de adultos.

## 4.7 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD (Año 3)

### 4.7.1 Análisis 1: Variación en el precio de venta

- Análisis 1-a: Variación en el precio de las visitas de los niños

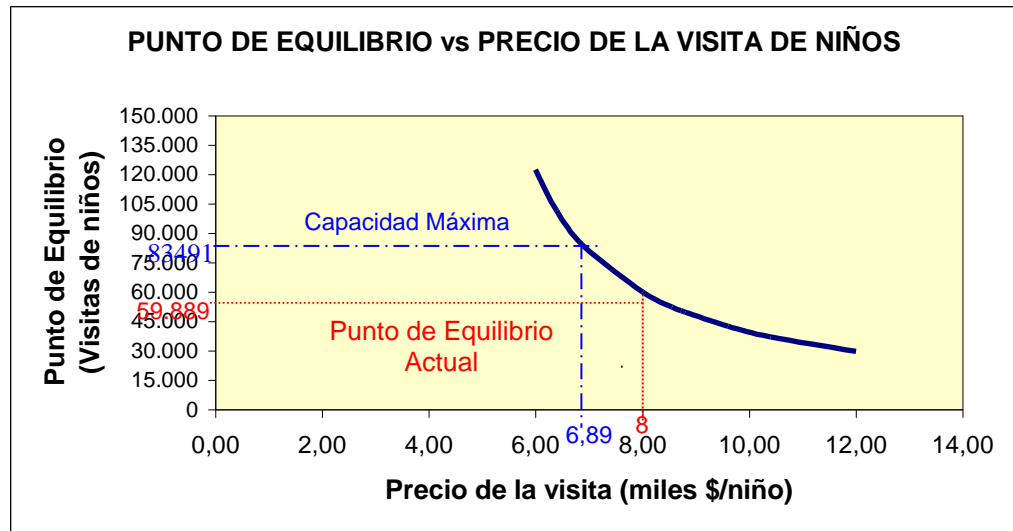
La variación en el precio de las visitas de los niños se muestra en la Tabla 5.30.

**Tabla 5.30 Análisis de sensibilidad de visitas niños: Punto de equilibrio con cambios en el precio**

<b>Variacion</b> (%)	<b>Precio</b> (miles\$/visita)	<b>Punto Equilibrio</b> (visitas de niños)	<b>Utilizacion Capacidad</b> (%)
150%	12,00	29.610	35%
130%	10,40	37.116	44%
120%	9,60	42.504	51%
110%	8,80	49.720	60%
109%	8,72	50.579	61%
107%	8,56	52.436	63%
100%	8,00	59.889	72%
86%	6,89	83.491	100%
80%	6,40	101.339	121%
75%	6,00	122.542	147%

Fuente: Propia de la Investigación

**Figura 5.3 Punto de equilibrio vs precio visitas de niños**



Fuente: Propia de la Investigación

Como se observa en la gráfica a medida que disminuye el precio de la entrada, entonces se aumenta el punto de equilibrio y viceversa.

Con el precio de \$ 8.000 se trabaja a una capacidad del 72%, y se pueden recibir 59.889 visitas de niños sin obtenerse ni pérdida ni ganancia. Cuando Divertura albergue el total de su capacidad instalada (83.491 visitas de niños) puede reducir el precio de entrada hasta \$ 6890 por niño.

- Análisis 1-b: Variación en el precio de las visitas de adultos

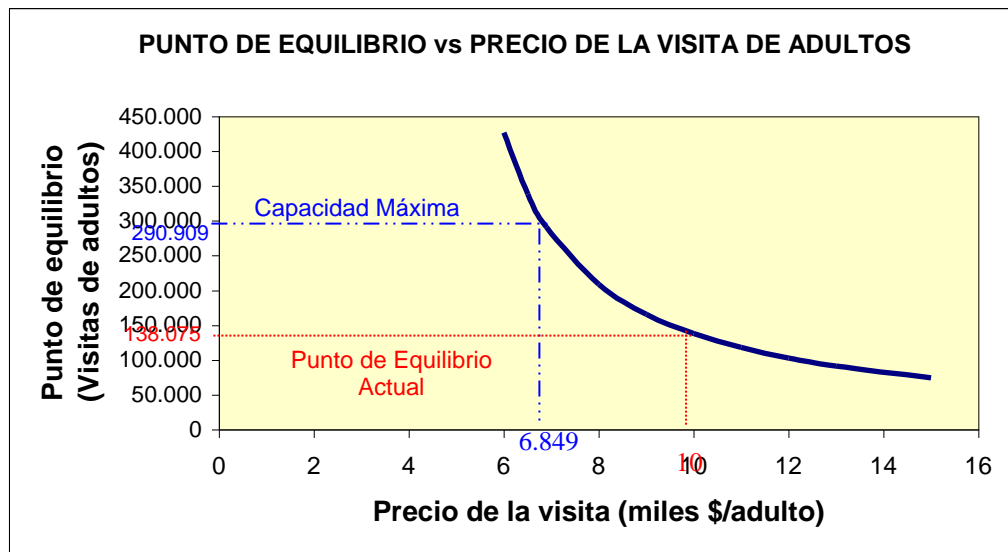
La variación en el precio de las visitas de adultos se muestra en la Tabla 5.31.

**Tabla 5.31 Análisis de sensibilidad de visitas adultos: Punto de equilibrio con cambios en el precio**

Variación (%)	Precio (miles \$/visita)	Punto Equilibrio (visitas de adultos)	Utilización Capacidad (%)
150%	15	74.806	26%
130%	13	91.594	31%
120%	12	103.171	35%
110%	11	118.098	41%
100%	10	138.075	47%
90%	9	166.187	57%
80%	8	208.671	72%
69%	6,89417	290.909	100%
65%	6,5	338.454	116%
60%	6	426.974	147%
50%	5	895.275	308%

Fuente: Propia de la Investigación

**Figura 5.4 Punto de equilibrio vs precio visitas de adultos**



Fuente: Propia de la Investigación

Como se observa en la gráfica a medida que disminuye el precio de la entrada, entonces se aumenta el punto de equilibrio y viceversa.

Al utilizar la capacidad máxima de Divertura el precio de entrada para adultos puede disminuir hasta llegar a ser \$6.894; con el valor actual, es decir, \$ 10.000 se pueden recibir 138.075 adultos sin llegar a obtenerse pérdida. En este punto se estaría usando el 47 % de la capacidad instalada del Parque.

#### 4.7.2 Análisis 2: Variación en el costo fijo

##### - Análisis 2a: Punto de Equilibrio (Niños) vs Costo Fijo

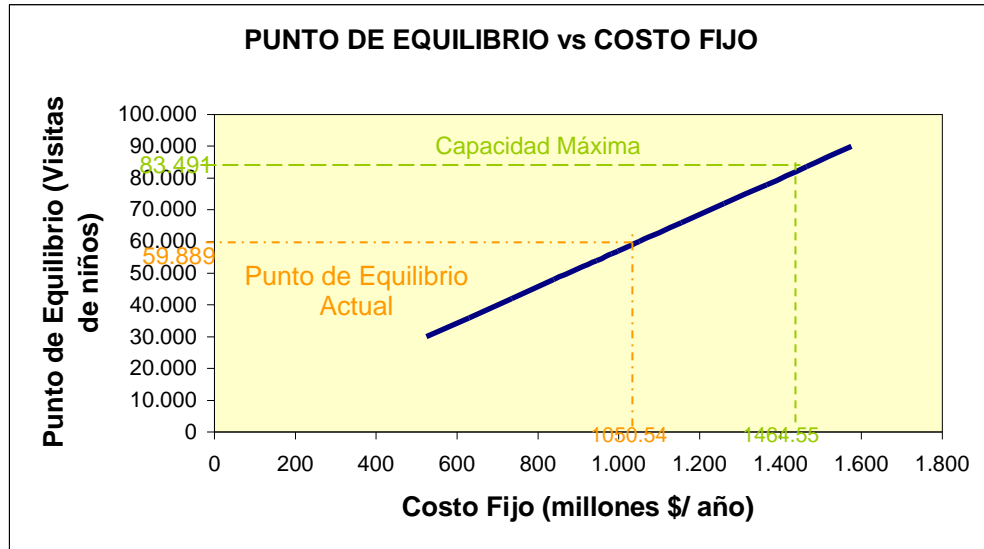
La variación en el costo fijo que cubren los niños se muestra en la Tabla 5.32.

**Tabla 5.32 Análisis de sensibilidad visitas niños: punto de equilibrio con cambios en el costo fijo**

<b>Variación</b>	<b>Costo Fijo</b>	<b>Punto Equilibrio</b>	<b>Utilización Capacidad</b>
(%)	(millones\$/año)	(Visitas de Niños)	(%)
150%	1.575,81	89.833	108%
139%	1.464,55	83.491	100%
130%	1.365,70	77.855	93%
120%	1.260,64	71.866	86%
110%	1.155,59	65.878	79%
100%	1.050,54	59.889	72%
95%	998,01	56.894	68%
94%	982,25	55.996	67,1%
90%	945,48	53.900	65%
80%	840,43	47.911	57%
70%	735,38	41.922	50%
60%	630,32	35.933	43%
50%	525,27	29.944	36%

Fuente: Propia de la Investigación

**Figura 5.5 Punto de equilibrio vs costo fijo – visitas niños**



Fuente: Propia de la Investigación

Como se observa en la gráfica a medida que aumenta el costo fijo, entonces, se aumenta el punto de equilibrio y viceversa.

Al utilizar la capacidad máxima de visitas para niños en Divertura, los costos fijos pueden llegar a ser \$ 1464.65 y no se obtiene ni pérdida ni ganancia, con los costos fijos actuales (\$ 1050.54), las visitas como mínimo deben ser 59.889 y se estaría utilizando el 72% de la capacidad instalada del Parque.

- Análisis 2b: Punto de Equilibrio (Adultos) vs Costo Fijo

La variación en el costo fijo que cubren los adultos se muestra en la Tabla 5.33.

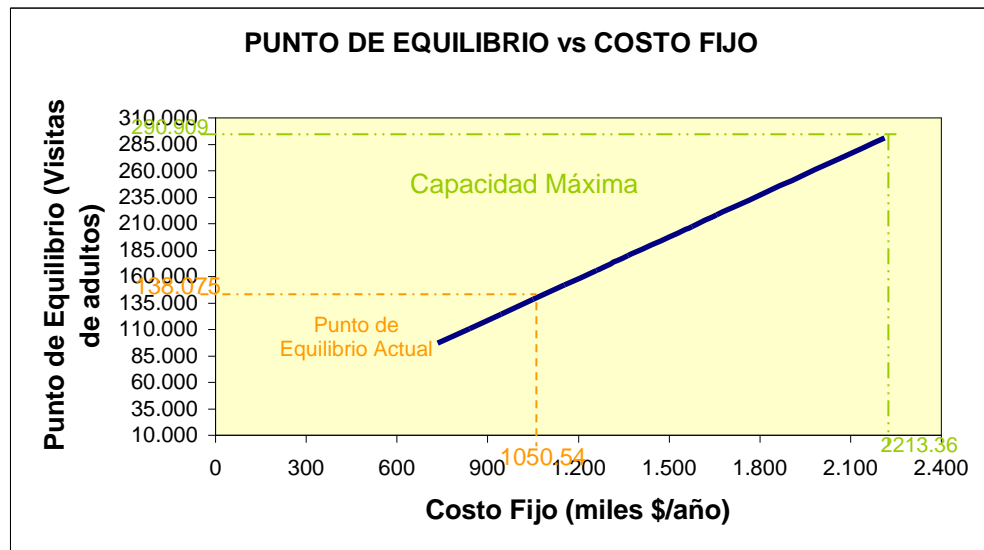


**Tabla 5.33 Análisis de sensibilidad visitas adultos: punto de equilibrio con cambios en el costo fijo**

Variación (%)	Costo Fijo (millones \$/año)	Punto Equilibrio (Visitas de adultos)	Utilización Capacidad (%)
211%	2.213,36	290.909	100%
158%	1.658,27	217.952	75%
150%	1.575,81	207.113	71%
130%	1.365,70	179.498	62%
120%	1.260,64	165.690	57%
110%	1.155,59	151.883	52%
100%	1.050,54	138.075	47%
90%	945,48	124.268	43%
80%	840,43	110.460	38%
70%	735,38	96.653	33%

Fuente: Propia de la Investigación

**Figura 5.6 Punto de equilibrio vs costo fijo – visitas adultos**



Fuente: Propia de la Investigación

Como se observa en la gráfica a medida que aumenta el costo fijo, entonces, se aumenta el punto de equilibrio y viceversa.

Para el caso del porcentaje de los costos fijos que se deben cubrir con las entradas de adultos, se observa que pueden aumentar hasta \$ 2213 millones al año, con este valor el punto de equilibrio es 209.909 visitas (visitas máximas de adultos), si se llega a este punto, entonces, no se tendrán ni ganancias ni pérdidas.

Con los costos fijos actuales, se pueden recibir como mínimo 138.075 visitas de adultos, sin generar pérdidas, y se estaría utilizando el 47% de la capacidad.

#### 4.7.3 Análisis 3: Variación en el costo variable

##### - Análisis 3a: Punto de Equilibrio (Niños) vs Costo Variable

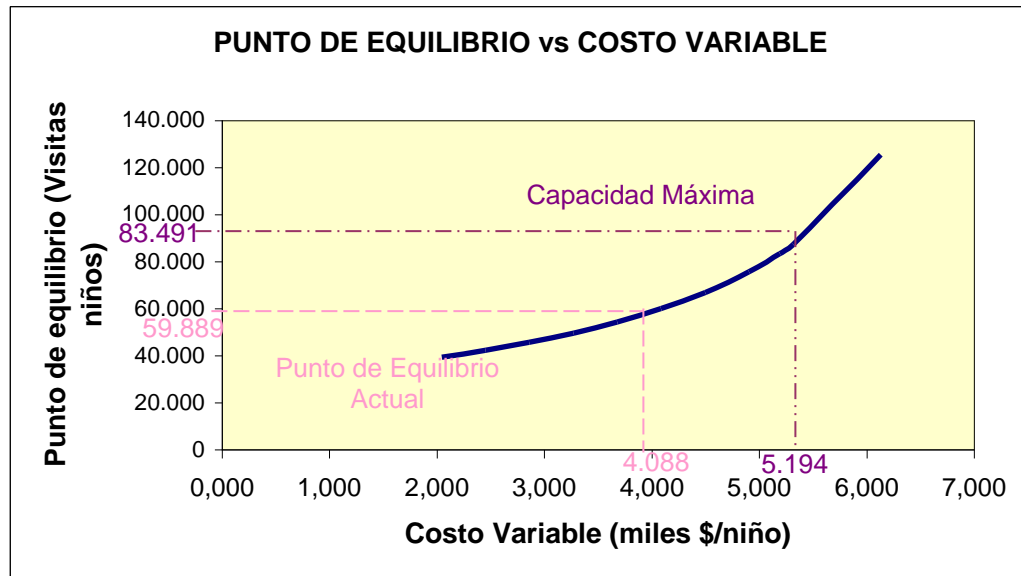
La variación en el costo variable que cubren los niños se muestra en la Tabla 5.34.

**Tabla 5.34 Análisis de sensibilidad visitas niños: punto de equilibrio con cambios en el costo variable**

<b>Variación</b>	<b>Costo</b>	<b>Punto Equilibrio</b>	<b>Utilización Capacidad</b>
(%)	(miles\$/visitas)	(visitas de niños)	(%)
150%	6,132	125.437	150%
130%	5,315	87.242	104%
127%	5,194	83.491	100%
120%	4,906	75.715	91%
110%	4,497	66.878	80%
100%	4,088	59.889	72%
90%	3,679	54.222	65%
80%	3,271	49.535	59%
70%	2,862	45.594	55%
60%	2,453	42.233	51%
50%	2,044	39.334	47%

Fuente: Propia de la investigación

**Figura 5.7 Punto de equilibrio vs costo variable – visitas niños**



Fuente: Propia de la Investigación

Como se observa en la gráfica a medida que aumenta el costo variable, entonces, se aumenta el punto de equilibrio y viceversa.

Al utilizar la capacidad máxima de visitas para niños en Divertura, los costos variables llegar a ser \$ 5194 y no se obtiene ni pérdida ni ganancia, con los costos variables actuales (\$ 4088), las visitas como mínimo deben ser 59.889 y se estaría utilizando el 72% de la capacidad instalada del Parque.

- Análisis 3b: Punto de Equilibrio (Adultos) vs Costo Variable

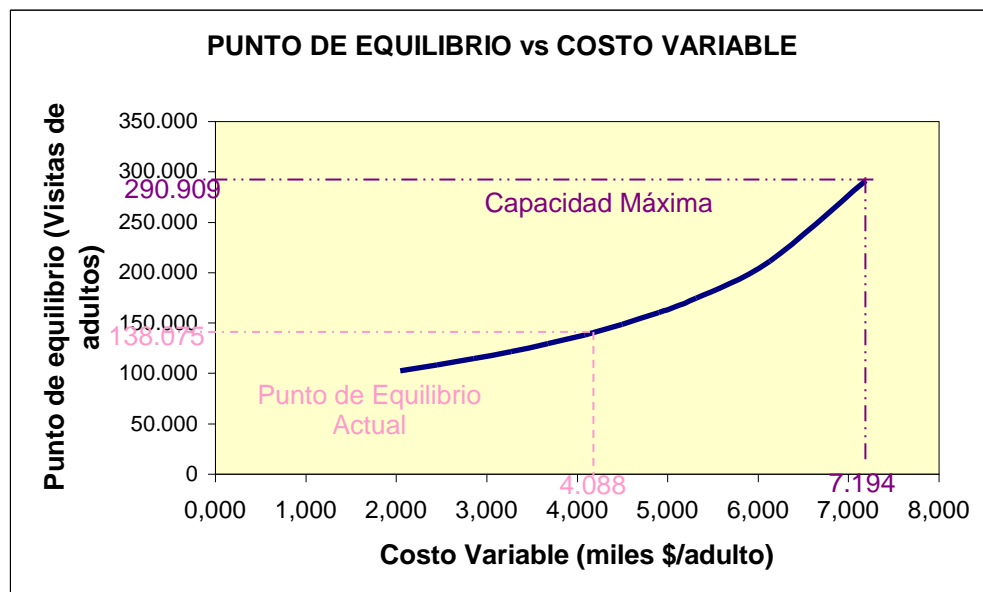
La variación en el costo variable que cubren los adultos se muestra en la Tabla 5.35.

**Tabla 5.35 Análisis de sensibilidad visitas adultos: punto de equilibrio con cambios en el costo variable**

Variación	Costo	Punto Equilibrio	Utilización Capacidad
(%)	(miles\$/visitas)	(visitas de adultos)	(%)
176%	7,194	290.909	100%
150%	6,132	211.051	73%
130%	5,315	174.220	60%
120%	4,906	160.238	55%
110%	4,497	148.333	51%
100%	4,088	138.075	47%
90%	3,679	129.144	44%
80%	3,271	121.299	42%
70%	2,862	114.352	39%
60%	2,453	108.157	37%
50%	2,044	102.599	35%

Fuente: Propia de la Investigación

**Figura 5.8 Punto de equilibrio vs costo variable – visitas adultos**



Fuente: Propia de la Investigación

Como se observa en la gráfica a medida que aumenta el costo variable, entonces, se aumenta el punto de equilibrio y viceversa.

Al utilizar la capacidad máxima de visitas para adultos en Divertura, los costos variables llegar a ser \$ 7.194 y no se obtiene ni pérdida ni ganancia, con los costos variables actuales (\$ 4088), las visitas como mínimo deben ser 138.075 y se estaría utilizando el 47% de la capacidad instalada del Parque

## 5. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO FINANCIERO

- El Parque de Diversión y Cultura: Divertura durante su fase de inversión tendrá que asumir un total de inversiones por \$ 1290,1 millones, de las cuales \$1.210,82 millones corresponden a inversiones fijas y \$79,82 millones a gastos preoperativos, durante su fase operacional no se necesitará de inversión en capital de trabajo, pues desde el año 1 es negativo.
- Para la financiación de Divertura en la fase de inversión se debe acudir a los aportes de las socias (\$20.000.000 cada una), a un socio adicional que aportará el terreno, a un crédito bancario por \$50.000000, y el excedente a otros socios. Como este excedente es demasiado elevado (\$680,10 millones), es decir difícil de ser financiado, se tomó la decisión de iniciar con el montaje de la granja interactiva, proyecto que se ve bastante atractivo para las autoras, donde cada socio debe aportar \$ 12.000.000 y el resto se espera que sea financiado por el Fondo Emprender, pues se adaptará el presente proyecto al formato exigido por dicha entidad para así entrar en concurso.
- Los costos de operación y financiación que Divertura tendrá durante los años de funcionamiento son los siguientes en millones de pesos: Para el año 1: \$2.583.23, año 2: \$2.581.64; año 3: \$2.581.18; año 4: \$2.580.62; año 5: \$2.579.95; año 6: \$2.579.15; año 7: \$2.578.18; año 8: \$2.577.02; año 9: \$2.575.62 y año 10: \$2.573.94. Este costo disminuye año tras año debido a que el costo de financiación, es decir, los intereses del crédito disminuyen con el tiempo.
- Los ingresos por concepto de ventas de la empresa provienen de las entradas tanto de niños como de adultos en un 22.3% y 77.7% respectivamente, porcentaje que equivale a 83.491 visitas cada año de niños y 290.909 visitas cada año de adultos.

- El estado de resultados muestra que la organización desde el primer año de operación puede obtener utilidades, siendo la más baja en el primer año, lo cual es de esperar por que en este año el Parque realiza la fase de inversión y operación con una capacidad utilizada del 100%. Igualmente, debido a la obtención de utilidades, la organización desde el primer año repartirá dividendos por valor de 50% de la utilidad operativa y el otro 50% restante lo destinará a reservas, siendo esta situación favorable para los inversionistas, por que obtiene rendimiento sobre su inversión y capitalización de la empresa que servirá para su financiación y crecimiento; para los acreedores por que alcanzan su objetivo financiero: rendimiento de los recursos comprometidos en la inversión (en este caso en el Parque Divertura) y para el gobierno, por la contribución que la empresa hará a su funcionamiento.
- Teniendo en cuenta que el balance proyectado de efectivo muestra el escenario financiero total de la vida de un proyecto, el balance general del Parque Divertura presenta una situación financiera favorable para los acreedores (banco o inversionistas), por que tendrán una mayor certeza de que el dinero invertido será recuperado con el rendimiento por ellos esperados; y para los empresarios del Parque por que tienen una aproximación favorable y con mayor claridad sobre el beneficio financiero que tendrán sus esfuerzos empresariales.
- En el análisis financiero del Parque Divertura se notó que no tendrá problemas de liquidez debido a que cuenta con una razón corriente de calidad, porque dentro de la cuenta de activos corrientes sólo está el efectivo (liquidez inmediata), lo cual deja entrever que la organización no tendrá problemas para pagar sus pasivos ya que con el efectivo los cubrirá con facilidad; además así lo confirma la estructura de su flujo de caja.

- En cuanto al endeudamiento, la organización tiene una buena estructura ya que gracias a que cada vez más durante los años de vida del proyecto el activo se incrementa, el acreedor tiene una mayor certeza de la recuperación de su inversión y los inversionistas (gestores del proyecto) tienen un mayor respaldo para el pago de sus obligaciones financieras externas.
- En relación al punto de equilibrio de las visitas tanto de niños como adultos, se concluye lo siguiente:
- En el Parque Divertura al recibir 59.889 visitas de niños en el año 3 se obtendrá el punto de equilibrio, en el momento en que ingresen más niños se empezará a obtener utilidades. La capacidad máxima de niños que se pueden recibir es de 83491.
- En el momento en que al Parque ingresen 138.075 adultos para el año 3, se alcanzará el punto de Equilibrio, de existir entradas superiores a esta cantidad se empezará a generar utilidades. La capacidad máxima de adultos que se pueden recibir es de 290.909.
- En cuanto al análisis de sensibilidad realizado para el tercer año<sup>160</sup>, el cual se considera como año más típico en el funcionamiento de una empresa, es decir cuando ésta opera a plenitud, se puede concluir que:
- Con el precio determinado para la entrada de niños (\$8.000) se puede utilizar el 72% de la capacidad de Divertura y no se generarán pérdidas, al utilizar el 100% de la capacidad el precio puede disminuir hasta llegar a ser \$ 6.890, es decir, con el precio actual se generan utilidades para el Parque Divertura en el año 3.

---

<sup>160</sup> Se ha decidido realizar el análisis para el año 3 pues de acuerdo a diferentes análisis en otras organizaciones es en este año donde las organizaciones empiezan a operar bien y a recuperar la inversiones realizadas.



- Al utilizar la capacidad máxima de Divertura el precio de entrada para adultos puede disminuir hasta llegar a ser \$6.894; con el valor actual, es decir, \$10.000 se pueden recibir 138.075 adultos sin llegar a obtenerse pérdida. En este punto se estaría usando el 47 % de la capacidad instalada del Parque.
- Al utilizar la capacidad máxima de visitas para niños en Divertura, los costos fijos pueden llegar a ser \$ 1464.65 y no se obtiene ni pérdida ni ganancia, con los costos fijos actuales (\$ 1050.54), las visitas como mínimo deben ser 59.889 y se estaría utilizando el 72% de la capacidad instalada del Parque.
- Para el caso del porcentaje de los costos fijos que se deben cubrir con las entradas de adultos, se observa que pueden aumentar hasta \$ 2213 millones al año, con este valor el punto de equilibrio es 209.909 visitas (visitas máximas de adultos), si se llega a este punto, entonces, no se tendrán ni ganancias ni pérdidas.
- Al utilizar la capacidad máxima de visitas para niños en Divertura, los costos variables llegar a ser \$ 5194 y no se obtiene ni pérdida ni ganancia, con los costos variables actuales (\$ 4088), las visitas como mínimo deben ser 59.889 y se estaría utilizando el 72% de la capacidad instalada del Parque.
- Al utilizar la capacidad máxima de visitas para adultos en Divertura, los costos variables llegar a ser \$ 7.194 y no se obtiene ni pérdida ni ganancia, con los costos variables actuales (\$ 4088), las visitas como mínimo deben ser 138.075 y se estaría utilizando el 47% de la capacidad instalada del Parque
- Finalmente de acuerdo a los anteriores argumentos se puede decir que el Parque de diversión y cultura Divertura es *financieramente Viable*.

## CAPITULO VI EVALUACIÓN FINANCIERA

Para la correcta evaluación financiera del proyecto se deben analizar los métodos que tienen en cuenta el valor del dinero en el tiempo, para el Parque Divertura se tendrán en cuenta los siguientes:

- Valor Presente Neto, VPN (i)
- Tasa Interna de Retorno, TIR
- Relación Beneficio – Costo (B/C)

Estos indicadores suministran una información más real y acertada sobre el proyecto, para su aplicación, se hacen necesarios la tasa de interés (tasa de oportunidad) y el flujo de efectivo neto.

<b>INDICADORES – DIVERTURA</b>	
<b>TASA DE OPORTUNIDAD</b>	<b>13.42 %</b>
<b>VALOR PRESENTE NETO - VPN</b>	<b>\$ 2342.16 Millones de Pesos</b>
<b>TASA INTERNA DE RETORNO - TIR</b>	<b>55.81 %</b>
<b>RELACIÓN BENEFICIO COSTO – B/C</b>	<b>3.14</b>

Fuente: Propia de la Investigación

## 1. TASA DE OPORTUNIDAD

La Tasa de Oportunidad también denominada Tasa de Interés de Oportunidad (TIO), *se aplicará en términos constantes*, es decir, no se ve afectada por la inflación. Esta tasa es de vital importancia para realizar comparaciones que lleven a conocer la viabilidad del proyecto, desde el punto de vista financiero.

La elección de una tasa de interés de oportunidad para el análisis económico-financiero de los proyectos de inversión es, sin duda, una decisión muy importante ya que de ella dependerá, en gran medida, la aprobación o no de las futuras inversiones. El objetivo de esta tasa debe ser asegurar una adecuada rentabilidad en el momento en el que se decida la inversión. La adecuada rentabilidad de los activos del proyecto será aquella que, por lo menos, compense el costo de oportunidad de los accionistas y prestamistas. Este costo de oportunidad se determinará basándose en la rentabilidad de inversiones alternativas de riesgo equivalente.

Para el Parque Divertura, la tasa que permitirá evaluar el proyecto será del 18%. Esta se determinó después de investigar en diferentes bancos de la ciudad sobre la Tasa de Interés del mercado más atractiva resultando ser la del CDT a 360 días, con un 7.25%<sup>161</sup>; igualmente se preguntó a profesionales expertos en evaluación de proyectos si la anterior tasa es apropiada para la presente evaluación, estos al respecto opinaron que dicha tasa es muy baja, ya que actualmente los proyectos se están evaluando a una tasa que oscila entre 16% y 20%. Los expertos recomendaron utilizar un porcentaje que se encuentre entre este rango, razón por la cual las autoras del proyecto para evaluarlo decidieron tomar un promedio del rango anteriormente mencionado.

---

<sup>161</sup> Tasa de Interés suministrada por la entidad financiera Gran Banco Bancafè de la ciudad de Popayán

La tasa de interés en términos reales se obtiene con la siguiente fórmula:

$$1 + \text{interés del mercado} = (1 + \text{interés real}) * (1 + \text{inflación})$$

Para este caso se tiene que:

Tasa de interés de oportunidad (Interés mercado): 18% anual

Tasa de inflación: 4.04 % anual, estimada en promedio para los años del proyecto.

Con lo anterior se obtiene que la tasa de oportunidad es:

$$\text{Tasa interés real} = (1.18/1.0404) - 1$$

Tasa Interés real = 13.42% (Tasa de Oportunidad)

## **2. FLUJO DE EFECTIVO NETO**

Muestra la forma como el dinero fluye hacia el inversionista o a la inversa.

La construcción del flujo de efectivo neto consiste en identificar y analizar los ingresos y egresos asociados al proyecto y su ocurrencia en el tiempo. La información básica para realizar esta proyección esta contenida en los estudios de mercado y técnico de este estudio de factibilidad.

El flujo de efectivo neto es el corazón de éste estudio. Los criterios cuantitativos de evaluación sólo son cálculos matemáticos que procesan la información del flujo de fondos y generan indicadores que ayudan a la toma de decisiones.

En la siguiente tabla (6.1) se presenta el flujo de efectivo neto del proyecto

**Tabla 6.1: Cuadro de fuente y usos de fondo de efectivo neto o flujo de caja neto del proyecto (millones del año 1)**

Fase	Inversión					Operacional						
	Año	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>ENTRADA DE EFECTIVO</b>												
1. Recursos financieros (prestamos)	50,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2. Ingresos por concepto de ventas		3.577,02	3.577,02	3.577,02	3.577,02	3.577,02	3.577,02	3.577,02	3.577,02	3.577,02	3.577,02	3.577,02
3. Valor remanentes en el último año												694,49
<b>TOTAL ENTRADAS DE EFECTIVO</b>	<b>50,00</b>	<b>3.577,02</b>	<b>3.577,02</b>	<b>3.577,02</b>	<b>3.577,02</b>	<b>3.577,02</b>	<b>3.577,02</b>	<b>3.577,02</b>	<b>3.577,02</b>	<b>3.577,02</b>	<b>3.577,02</b>	<b>694,49</b>
<b>SALIDA DE EFECTIVO</b>												
1. Inversiones totales	1.290,10	0,00	1,12	0,91	2,22	3,52	30,03	2,22	2,09	9,31	2,22	
2. Costos de operación, netos de depreciación y de amortización de diferidos		2.519,34	2.518,14	2.518,14	2.518,14	2.518,14	2.518,14	2.518,14	2.518,14	2.518,14	2.518,14	2.518,14
3. Costos de financiación (intereses)		10,11	9,72	9,26	8,70	8,04	7,23	6,26	5,10	3,70	2,02	
4. Pago de prestamos		1,91	2,29	2,75	3,31	3,98	4,78	5,75	6,92	8,31	9,99	
5. Impuestos		347,83	348,38	348,54	348,74	348,97	349,25	349,59	350,00	350,49	351,08	
<b>TOTAL SALIDAS DE EFECTIVO</b>	<b>1.290,10</b>	<b>2.879,19</b>	<b>2.879,66</b>	<b>2.879,61</b>	<b>2.881,12</b>	<b>2.882,65</b>	<b>2.909,44</b>	<b>2.881,97</b>	<b>2.882,25</b>	<b>2.889,96</b>	<b>2.883,46</b>	<b>0,00</b>
<b>ENTRADAS MENOS SALIDAS</b>	<b>-1.240,10</b>	<b>697,83</b>	<b>697,36</b>	<b>697,41</b>	<b>695,90</b>	<b>694,37</b>	<b>667,58</b>	<b>695,05</b>	<b>694,76</b>	<b>687,06</b>	<b>693,56</b>	<b>694,49</b>
<b>FLUJO DE EFECTIVO NETO</b>	<b>-1.240,10</b>	<b>697,83</b>	<b>697,36</b>	<b>697,41</b>	<b>695,90</b>	<b>694,37</b>	<b>667,58</b>	<b>695,05</b>	<b>694,76</b>	<b>687,06</b>	<b>1.388,05</b>	

Fuente: Propia de la Investigación

### 3. BONDAD FINANCIERA DEL PROYECTO

- **VALOR PRESENTE NETO (VPN)**

El valor presente neto es un método que tiene en cuenta el valor del dinero en el tiempo y que proporciona información detallada, sobre la viabilidad del proyecto. Es igual a la sumatoria del valor presente de los ingresos a una tasa  $i$ , menos la sumatoria del valor presente de los egresos a una tasa de interés  $i$ .

Es importante destacar que el valor presente neto mide además, el valor o excedente generado por el proyecto, por encima de lo que será producido por los mismos fondos si la inversión se colocase en un plazo fijo con interés igual a la tasa de oportunidad.

El Valor Presente Neto de un proyecto a una tasa de interés es la ganancia extraordinaria, que genera el proyecto, medida en unidades actuales.

Cálculo numérico del VPN:

Para calcular el Valor Presente Neto se requiere el cuadro de fuentes y usos de fondo de efectivo neto (Tabla 6.1) de este estudio. El resumen de dicho cuadro se presenta en la Tabla 6.2.

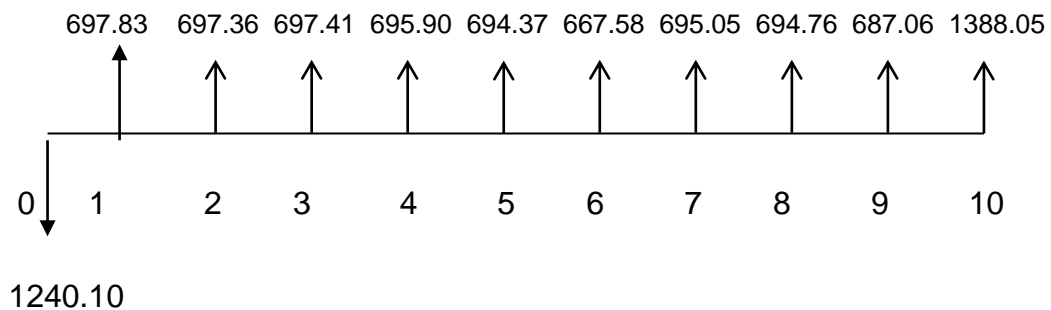
**Tabla 6.2 Resumen flujo de efectivo neto o flujo de caja neto del proyecto  
(millones del año 1)**

<b>AÑO</b>	<b>FLUJO DE EFECTIVO NETO</b>
0	-1.240,10
1	697,83
2	697,36
3	697,41
4	695,90
5	694,37
6	667,58
7	695,05
8	694,76
9	687,06
10	1.388,05

Fuente: Propia de la Investigación

A continuación, en la Figura 6.1 se muestra el diagrama de flujo, como representación gráfica del flujo de efectivo neto, donde, se pueden observar los flujos de efectivo netos positivos y los flujos de efectivo neto negativos. Estos datos serán necesarios para la correcta evaluación financiera del proyecto.

**Figura 6.1: Diagrama de flujo de efectivo neto**





Formula:

$$VPN(i) = VPI(i) - VPE(i)$$

$$VPN(i) = \sum E - \sum VP_j(i)$$

$$VPN(13.42\%) = (697.83(1+0.18)^{-1} + 697.36(1+0.18)^{-2} + 697.41(1+0.18)^{-3} + 695.90(1+0.18)^{-4} + 694.37(1+0.18)^{-5} + 667.58(1+0.18)^{-6} + 695.05(1+0.18)^{-7} + 694.76(1+0.18)^{-8} + 687.06(1+0.18)^{-9} + 1388.05(1+0.18)^{-10}) - (1.240.10(1+0.18)^0)$$

$$VPN(13.42\%) = \$ 2342,16 \text{ millones de pesos.}$$

#### Significado financiero:

- Durante 10 años se tendría una ganancia adicional de \$ 2.342.16 millones traído a pesos de hoy.
- El proyecto en mención, rinde 13.42% anual, en términos constantes, y, adicionalmente, genera como ganancia extraordinaria \$2.342.16 millones de pesos.
- Igualmente, para este caso, el valor presente neto a una tasa de interés del 13.42% anual es igual \$2342.16 millones de pesos.
- Por lo tanto como el VPN es mayor a cero el proyecto es viable financieramente.

#### 4. TASA INTERNA DE RETORNO (TIR).

La tasa interna de retorno de un proyecto es la tasa de interés que hace que el valor presente neto del proyecto sea igual a cero (0), se considera la medida más adecuada de la rentabilidad de un proyecto.

La TIR evalúa el proyecto en función a una tasa única de rendimiento por período con la cual la totalidad de los ingresos son exactamente iguales a los egresos en pesos de hoy.

La TIR se encontró por medio de la hoja de cálculo de Excel

**TIR = 55.81 %**

##### **Significado financiero**

- Los dineros invertidos en el proyecto, ganan el 55.81% anual. La TIO estimada para el caso analizado es del 13.42% anual, al ser mayor la TIR, el proyecto se considera más rentable que invertir los dineros en cualquier entidad bancaria.
- También se puede decir que la Tasa Interna para este proyecto es del 55.81%, por lo tanto esta es la tasa de interés que devengan los dineros que permanecen invertidos en Divertura y como es mayor a la tasa de interés de oportunidad, el proyecto es financieramente viable.
- Igualmente, para el caso en estudio la TIR es igual a 55.81 % anual, donde el valor presente neto es igual a 0, la cual es mayor que la TIO (tasa de interés de oportunidad) 13.42% anual, se concluye entonces que el proyecto es factible desde el punto de vista financiero.

## 5. RELACIÓN BENEFICIO COSTO (B/C)

Se refiere a la cantidad de prima o ganancia extraordinaria, que genera cada peso de inversión, expresada en valor presente.

La relación Beneficio Costo a una tasa de interés es el cociente que resulta de dividir valor presente de los ingresos netos a una tasa de interés entre el Valor Presente de los Egresos a una tasa de interés  $i$ .

$$B/C (i) = (\sum VPI / \sum VPE) - 1$$

Para el Parque, se tiene:

$$B/C (13.42\%) = (\$ 3.435,55 / \$1.093,39)$$

$$B/C (13.42\%) = \mathbf{3,14}$$

### **Significado financiero.**

Como, (B/C) (13.42%) es igual a 3.14, mayor que uno, se concluye que el proyecto se justifica desde el punto de vista financiero.

Igualmente, se puede concluir lo siguiente:

$$B/C (13.42\%) = 3.14 - 1 = 2.14$$

- Al restar 3.14 menos 1, resulta 2.14 pesos, que es la ganancia extraordinaria que se obtiene por cada unidad monetaria invertida.

- También se puede expresar, que para el proyecto por cada peso invertido se reciben 2.14 pesos, esta es la ganancia extraordinaria producida por cada peso invertido expresado en valor presente.

## **6. ANALISIS DE SENSIBILIDAD**

El análisis de sensibilidad es indispensable en la toma de decisiones, por esto, se debe considerar en la elaboración del proyecto, teniendo en cuenta datos ya establecidos.

Tiene por objeto determinar la variación que se causaría en estimaciones hechas, como consecuencia de posibles desviaciones de los valores asignados a las variables que intervienen en los cálculos de los distintos índices que permiten medir la bondad de un proyecto.

El análisis de sensibilidad se realiza cambiando diferentes variables que pueden afectar el proyecto y analizando la forma como varían los diferentes indicadores financieros. Para este proyecto se hará en la tasa de interés, en los precios de visitas tanto de niños como de adultos, en los costos fijos, costos variables, en los gastos generales de administración, en gastos en ventas y en la tasa de impuestos.

### **6.1 SENSIBILIDAD A CAMBIOS DE LA TASA DE INTERES**

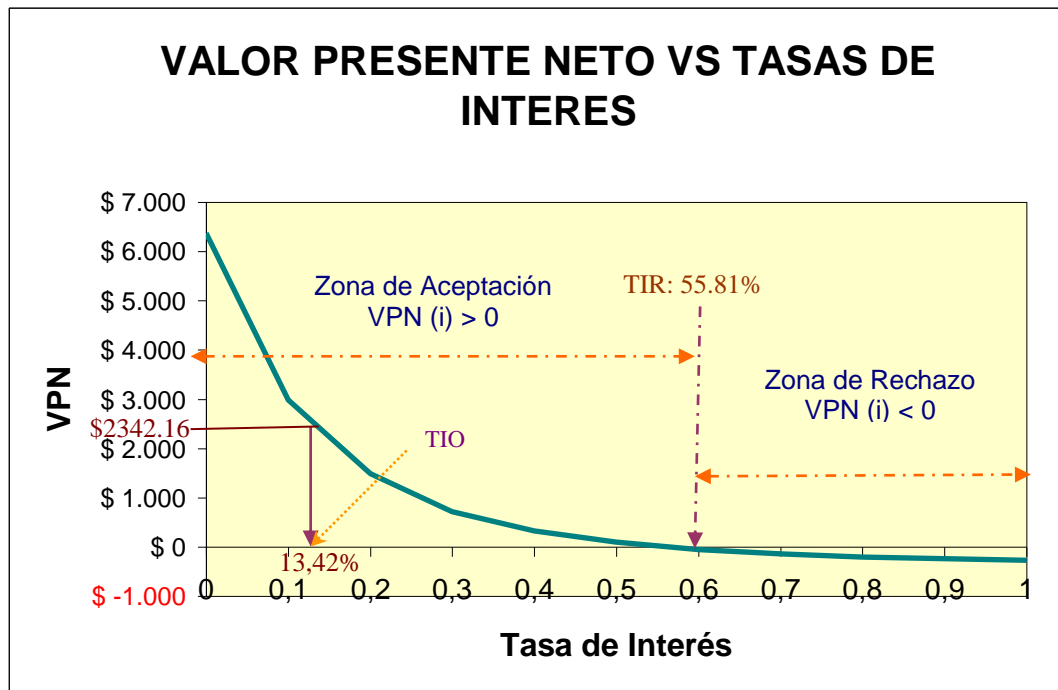
La tabla 6.3, muestra posibles variaciones en las tasas de interés, para determinar el comportamiento del valor presente neto y así, conocer hasta donde puede llegar la viabilidad del proyecto.

**Tabla 6.3 Análisis de sensibilidad: VPN con cambios en la tasa de interés**

TASA INTERES	VPN
0	\$ 6.375,26
0,1	\$ 2.986,54
0,2	\$ 1.483,67
0,3	\$ 720,34
0,4	\$ 329,62
0,5	\$ 92,63
0,6	\$ -52,75
0,7	\$ -145,23
0,8	\$ -205,51
0,9	\$ -245,30
1	\$ -271,60

Fuente: Propia de la Investigación

**Figura 6.2 VPN vs tasa de interés**



Fuente: Propia de la Investigación

Se puede apreciar que para valores de la tasa de interés por debajo del 55.81% anual, el valor presente neto es positivo; es decir, el proyecto se justifica desde el punto de vista financiero, definiéndose de esta manera la zona de aceptación del proyecto, por otro lado para las tasas de interés por encima del 55.814% anual el valor presente neto es negativo; es decir, el proyecto no se justifica desde el punto de vista financiero, definiéndose de esta forma la zona de rechazo del proyecto.

## 6.2 SENSIBILIDAD A CAMBIOS DE PRECIOS DE VENTA VISITAS NIÑOS

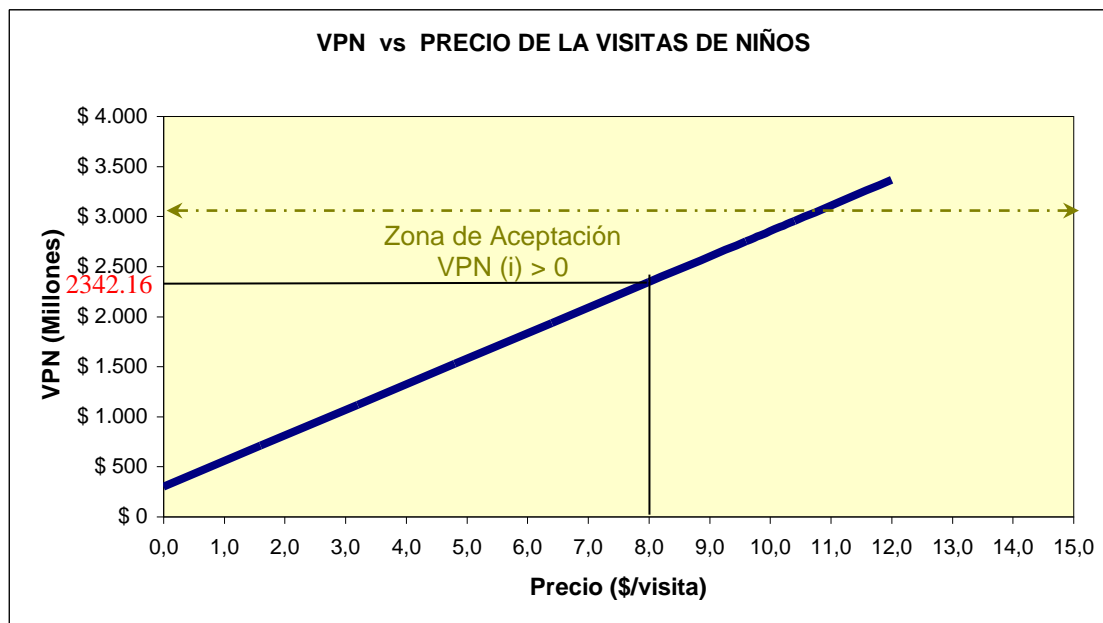
Si se realizan cambios en los precios de visitas de niños, se modifican los indicadores de la bondad financiera del proyecto, tal como se muestra en la Tabla 6.4 y la Figura 6.3

**Tabla 6.4 Análisis de sensibilidad: VPN y TIR con cambios en el precio de entradas para niños.**

Variación (%)	Precio (miles \$/visita)	VPN (Millones)	TIR (%)
150%	12,0	3363,6	73,53
130%	10,4	2955,02	66,46
120%	9,6	2750,73	62,92
100%	8,0	2342,16	55,81
80%	6,4	1933,58	48,67
60%	4,8	1525,01	41,46
40%	3,2	1116,43	34,18
20%	1,6	707,85	26,76
0%	0,0	299,28	19,16

Fuente: Propia de la Investigación

**Figura 6.3 VPN vs Precio de las visitas niños**



Fuente: Propia de la Investigación

El precio de venta, establecido inicialmente, \$ 8000 por niño, se puede reducir hasta llegar a ser 0 pues el proyecto continua siendo atractivo desde el punto de vista financiero, es decir, las visitas de niños no poseen zona de rechazo, pues en cualquier punto es atractivo para los socios ya que los ingresos de los adultos soportarían este rubro, siempre y cuando el precio de entrada de los adultos sea de \$ 10.000.

Para cualquier valor se obtiene:  $VPN (13.42\%) > 0$   $TIR > 13.42\%$   $B/C (3.09) > 1$



### 6.3 SENSIBILIDAD A CAMBIOS DE PRECIOS VISITAS ADULTOS

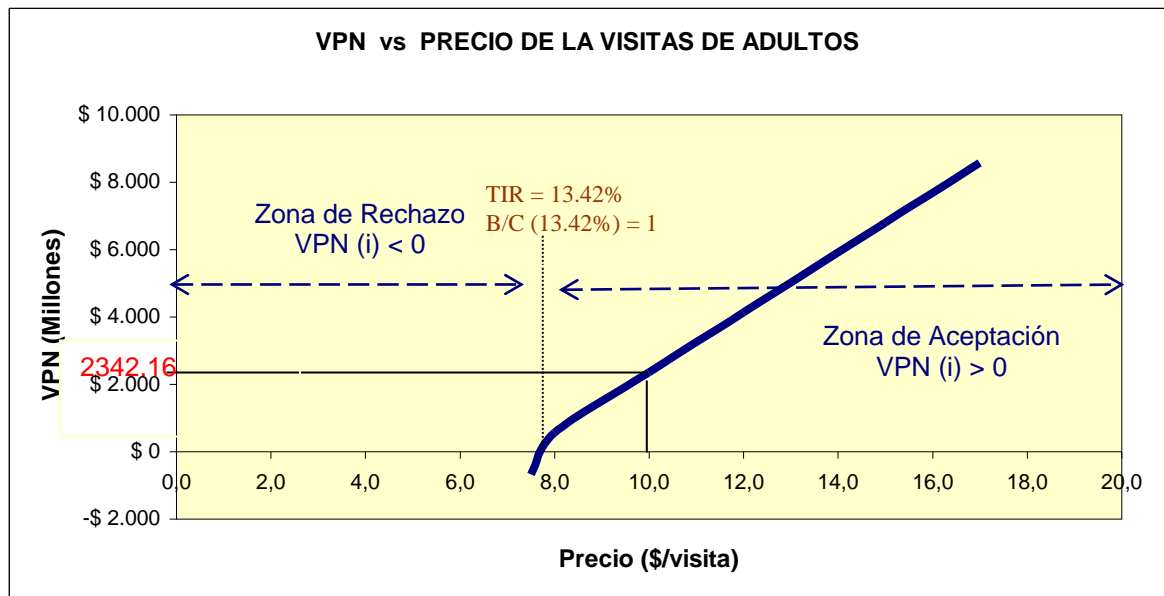
Si se realizan cambios en los precios de visitas adultos, se modifican los indicadores de la bondad financiera del proyecto, tal como se muestra en la Tabla 6.5 y la Figura 6.4

**Tabla 6.5 Análisis de sensibilidad: VPN y TIR con cambios en el precio de visitas adultos**

Variación (%)	Precio (miles \$/visita)	VPN (\$)	TIR (%)
150%	15,0	6790,93	132,45
120%	12,0	4121,67	86,60
100%	10,0	2342,16	55,81
80%	8,0	562,65	24,08
75%	7,5	-682,12	-0,53
60%	6,0	-1216,86	-12,80

Fuente: Propia de la Investigación

**Figura 6.4 VPN vs precio visitas Adultos**



Fuente: Propia de la Investigación

El precio para entradas de adultos establecido inicialmente es de \$ 10.000 por persona, precio que se puede reducir hasta \$7.800 y el proyecto continúa siendo atractivo desde el punto de vista financiero, pues se encuentra dentro de la zona de aceptación, con precios inferiores a dicho valor se observa la zona de rechazo, pues el VPN es menor que Cero.

Para valores por encima de \$ 7.800 /visita, se obtiene: VPN (13.422 %) > 0 TIR > 13.42% B/C (3.14) > 1

#### 6.4 SENSIBILIDAD A CAMBIOS EN LOS COSTOS FIJOS

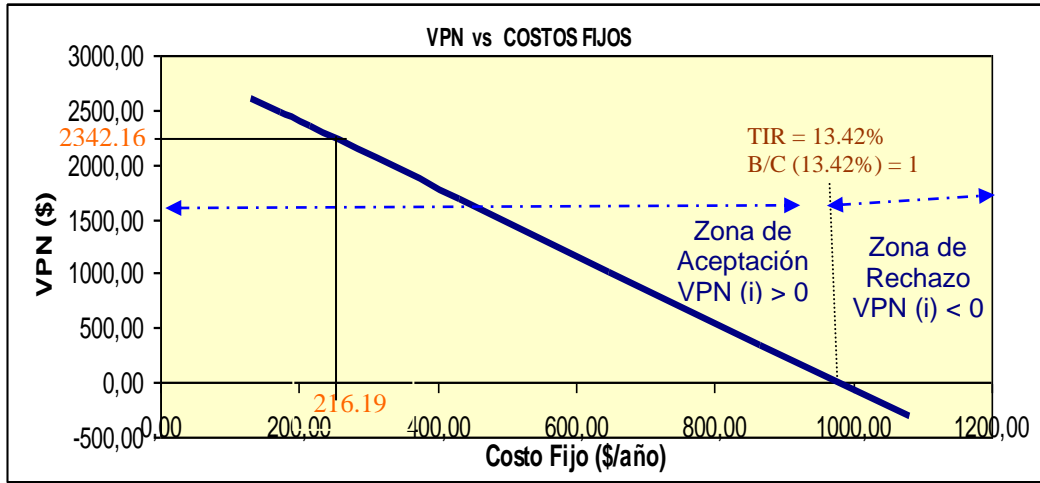
Si se realizan cambios en los costos fijos, se modifican los indicadores de la bondad financiera del proyecto, tal como se muestra en la Tabla 6.6 y la Figura 6.5

**Tabla 6.6 Análisis de sensibilidad: VPN y TIR con cambios en los costos fijos**

<b>Variación</b>	<b>Costo</b>	<b>VPN</b>	<b>TIR</b>
(%)	(miles \$/año)	(Millones)	(%)
500%	1080,93	-320,74	6,91
400%	864,75	344,98	20,09
300%	648,56	1010,71	32,37
200%	432,37	1676,43	44,20
100%	216,19	2342,16	55,81
80%	172,95	2475,30	58,12
60%	129,71	2608,45	60,42

Fuente: Propia de la Investigación

**Figura 6.5 VPN vs Costos Fijos**



Fuente: Propia de la Investigación

Los costos fijos de Divertura son de 216.19 millones, dicho valor resiste un aumento hasta del 400% que equivale a un costo fijo de \$ 864.65 millones, sin perjudicar la viabilidad del proyecto.

Se puede observar que los costos fijos del proyecto están dentro del área de aceptación, y que toleran un aumento significativo, razón que convierte a Divertura en un Parque financieramente viable.

## **6.5 SENSIBILIDAD A CAMBIOS EN LOS GASTOS GENERALES DE ADMINISTRACION**

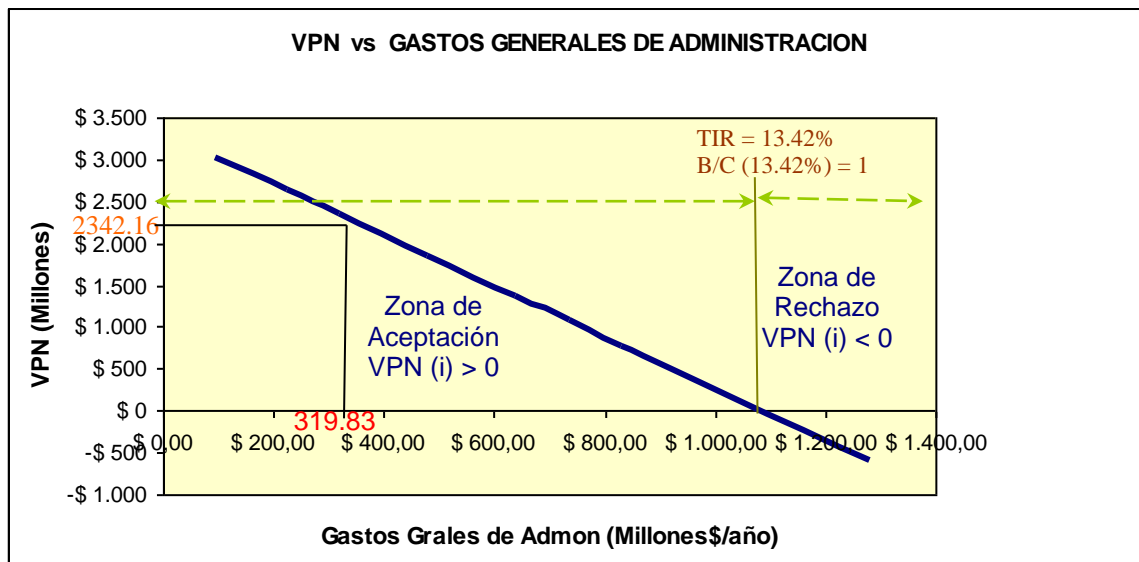
Si se realizan cambios en gastos generales de administración, se modifican los indicadores de la bondad financiera del proyecto, tal como se muestra en la Tabla 6.7 y la Figura 6.6

**Tabla 6.7 Análisis de sensibilidad: VPN y TIR con cambios en los gastos generales de administración**

Variación (%)	Costo (millones \$/año)	VPN (Millones)	TIR (%)
400%	1279,33	-582,49	1,76
260%	831,57	782,34	28,07
230%	735,62	1074,81	33,38
200%	639,67	1367,27	38,62
150%	479,75	1854,72	47,26
100%	319,83	2342,16	55,81
70%	223,88	2634,62	60,92
30%	95,95	3024,58	67,70

Fuente: Propia de la Investigación

**Figura 6.6 VPN vs gastos generales de administración**



Fuente: Propia de la Investigación

Los gastos generales de administración, establecidos inicialmente en \$ 319.83 millones al año, se pueden aumentar hasta un 260% y el proyecto continúa siendo atractivo desde el punto de vista financiero. A partir de \$ 1279.33 millones

aproximadamente el proyecto pasa a pertenecer al área de rechazo, convirtiéndose en no viable.

Para valores por debajo de \$ 1279.33 millones al año se obtiene: VPN (13.42 %) > 0 TIR > 13.42 % B/C (3.14) > 1

## 6.6. SENSIBILIDAD A CAMBIOS EN LOS GASTOS DE VENTAS

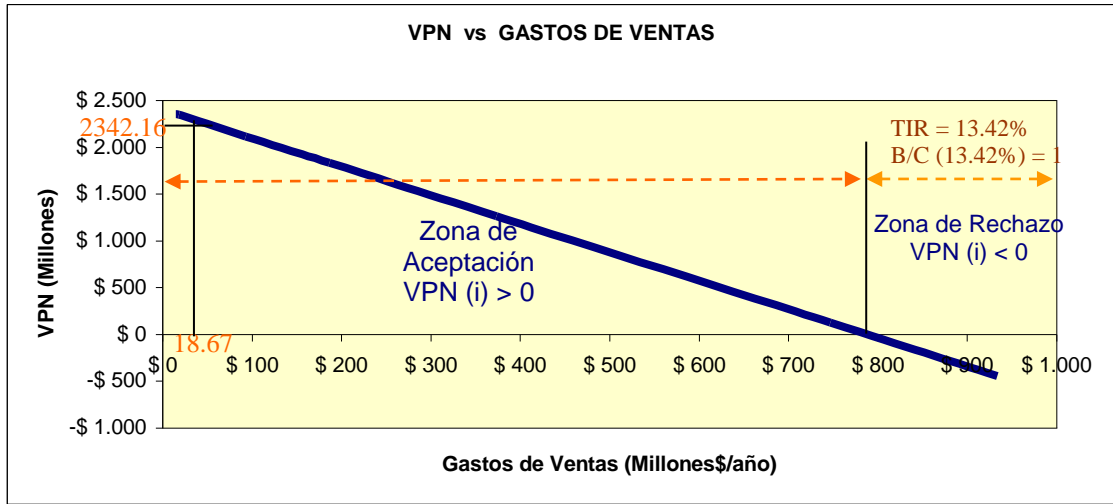
Si se realizan cambios en gastos de ventas, relacionados con publicidad, merchandising, relaciones públicas, promoción en ventas, y adecuación del parque, entre otros, se modifican los indicadores de la bondad financiera del proyecto, tal como se muestra en la Tabla 6.8 y la Figura 6.7

**Tabla 6.8 Análisis de sensibilidad: VPN y TIR con cambios en los gastos de ventas**

<b>Variación</b>	<b>Valor</b>	<b>VPN</b>	<b>TIR</b>
(%)	(millones \$/año)	(Millones)	(%)
5000%	933,62	-446,69	4,56
4000%	746,89	122,46	15,77
2000%	373,45	1260,77	36,72
1000%	186,72	1829,92	46,82
500%	93,36	2114,50	51,83
100%	18,67	2342,16	55,81
80%	14,94	2353,54	56,01

Fuente: Propia de la Investigación

**Figura 6.7 VPN vs gastos de ventas**



Fuente: Propia de la Investigación

Los gastos de ventas, establecidos inicialmente en \$ 18.67 millones/ año, se pueden aumentar hasta \$ 746.89 millones y el proyecto continúa siendo atractivo desde el punto de vista financiero. En este punto es donde empieza la zona de rechazo.

Para valores por debajo de \$746.89 / año, se obtiene:  $VPN(13.42\%) > 0$   $TIR > 13.42\%$   $B/C(3.09) > 1$

**6.7 SENSIBILIDAD A CAMBIOS EN LA TASA DE INTERES DEL PRESTAMO**

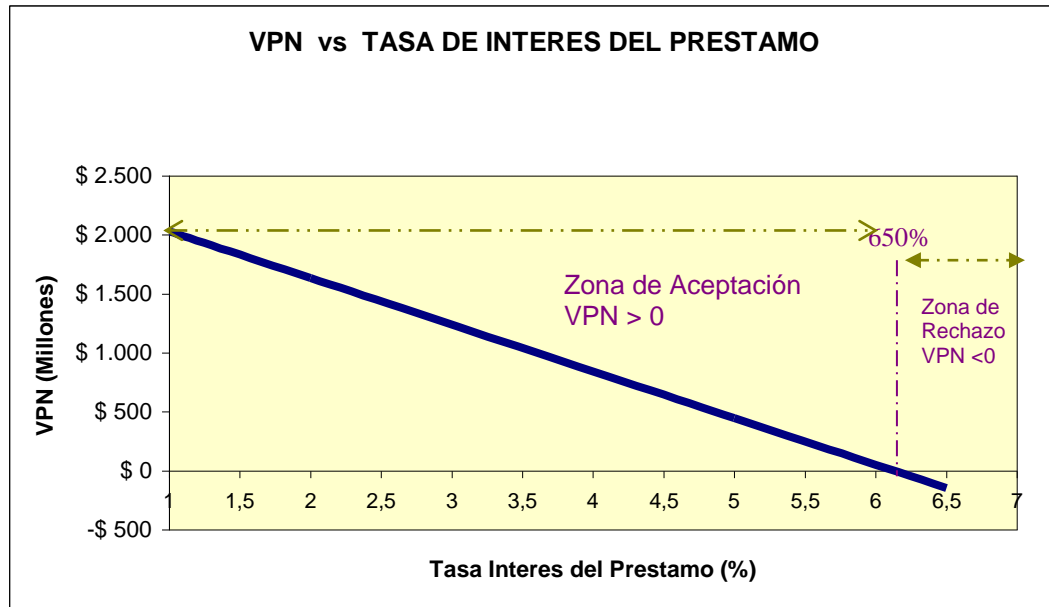
Si se realizan cambios en la tasa de interés del préstamo, se modifican los indicadores de la bondad financiera del proyecto, tal como se muestra en la Tabla 6.9 y la Figura 6.8

**Tabla 6.9 Análisis de sensibilidad: VPN y TIR con cambios en las tasas de interés del préstamo**

Tasa Interés Préstamo	VPN (Millones)	TIR (%)
0,2022	2342,16	55,81
0,4	2264,06	54,69
0,6	2185,10	53,54
0,8	2106,13	52,90
0,9	2066,65	51,81
1	2027,16	51,22
2	1632,33	45,24
5	447,85	24,31
6,5	-144,40	8,90

Fuente: Propia de la Investigación

**Figura 6.8 VPN vs tasa de interés del préstamo**



Fuente: Propia de la Investigación

La tasa de interés del préstamo, establecida inicialmente es del 20,22% anual, la cual permite una variación de dicha tasa hasta del 650% y el proyecto continúa siendo atractivo desde el punto de vista financiero.

Para valores por debajo del 650% anual, se obtiene:  $VPN(13.42\%) > 0$   $TIR > 13.42\%$   $B/C(3.09) > 1$

## 6.8 SENSIBILIDAD A CAMBIOS EN LAS TASAS DE IMPUESTOS

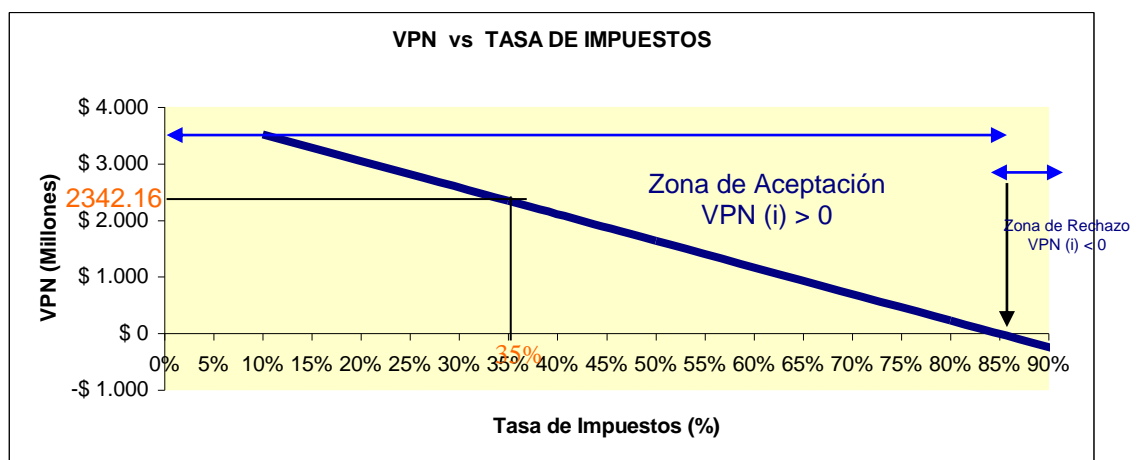
Si se realizan cambios en la tasa de impuestos, se modifican los indicadores de la bondad financiera del proyecto, tal como se muestra en la Tabla 6.10 y la Figura 6.9

**Tabla 6.10 Análisis de sensibilidad: VPN y TIR con cambios en las tasas de impuestos**

Tasa de Impuestos (%)	VPN (Millones)	TIR (%)
100%	-707,31	-1,14
80%	230,99	17,87
50%	1638,43	43,49
35%	2342,16	55,81
10%	3515,03	76,10

Fuente: Propia de la Investigación

**Figura 6.9 VPN vs tasa de impuestos**



Fuente: Propia de la Investigación



La tasa de impuestos, establecida inicialmente es del 35 %, puede llegar a valores hasta del 85 % y el proyecto continúa siendo atractivo desde el punto de vista financiero.

Para valores por debajo del 85%, se obtiene:  $VPN (13.42 \% ) > 0$   $TIR > 13.42 \%$   
 $B/C (3.09) > 1$

## 7. CONCLUSIONES DE LA EVALUACIÓN FINANCIERA

Después de realizar la evaluación financiera del Proyecto Divertura se puede concluir que dicho proyecto es financieramente viable, es decir, los socios que van a invertir en él recibirán un beneficio mucho mayor al que podrían obtener con otra inversión de menor o igual riesgo.

Los siguientes análisis confirman la anterior afirmación:

- La tasa de oportunidad para el proyecto será del 13.42%, la cual se obtuvo como resultado de la investigación en diferentes bancos de la ciudad y consulta a expertos en evaluación de proyectos de inversión.
- El Valor Presente Neto (VPN) para el proyecto es de \$ 2342.16 millones, este indica que durante los diez años de vida del proyecto se obtiene una ganancia adicional traída a pesos de hoy, y por ser mayor a cero el proyecto es financieramente viable.
- La Tasa Interna de Retorno (TIR) para el proyecto es de 55.81%, lo que indica que el proyecto es financieramente viable debido a que este porcentaje es mayor a cero y mayor a la tasa de oportunidad determinada para este proyecto la cual es de 13.42%.
- La relación beneficio - costo para el proyecto es de 3.14, que indica la ganancia extraordinaria traída a pesos de hoy producida por cada peso invertido. El proyecto es financieramente viable porque esta relación es mayor a 1.

- De acuerdo al análisis de sensibilidad se concluye:
  - El precio de venta de la entrada para niños, se puede reducir hasta precios muy bajos y el proyecto continua siendo atractivo desde el punto de vista financiero puesto que la entrada de adultos cubre este rubro, siempre y cuando el precio de adultos sea \$ 10.000.
  - La sensibilidad en el precio de entrada para adultos determina que se puede reducir hasta un 75%, y así mantener un VPN apropiado para el inversionista.
  - La sensibilidad en los costos fijos resiste hasta un 400% sin afectar el VPN ni la TIR del proyecto.
  - La sensibilidad en los gastos generales de administración radica en que puede aumentarse hasta en un 260% y sigue ofreciendo un VPN apropiado para los inversionistas.
  - La sensibilidad en la tasa de interés tampoco es condicional para la viabilidad del proyecto pues resiste un aumento hasta del 260% sin afectar el VPN
  - La sensibilidad en la tasa de impuestos radica en que puede llegar hasta el 80% y sigue ofreciendo un VPN apropiado al inversionista.

## **CAPITULO VII**

### **ESTUDIO ECONÓMICO Y SOCIAL**

Todo recurso tiene diferentes usos alternativos y uno de los objetivos del análisis socio-económico, es el de señalar el mejor.

Este es uno de los pilares fundamentales sobre los que descansa la evaluación económica y social de los proyectos, que es un área destinada para el análisis de la contribución que un proyecto, programa o política hace al bienestar nacional.

En este sentido tiene por objetivo medir los beneficios y costos que la acción respectiva ejerce sobre la sociedad en su conjunto, tomando como referencia la economía nacional; a lo que se le suma analizar el impacto que sobre la eficiencia y equidad tienen las diferentes políticas, proyectos y programas tanto públicos como privados.

En el caso de Divertura este impacto también se da, por lo que a continuación se presentará una evaluación de varios indicadores socio-económicos que permitirán conocer más al Departamento y Municipio para de esta manera identificar el impacto de la puesta en marcha de un Parqueen Popayán.

## **1. EVALUACION ECONÓMICA**

### **1.1. VARIABLES SOCIOECONÓMICAS<sup>162</sup>**

#### **1.1.1 Educación**

De acuerdo con datos del 2003, el Cauca tiene cerca de 300.000 estudiantes matriculados en establecimientos educativos. Estos se distribuyen de manera equivalente entre las zonas rurales y urbanas del Departamento.

En total en el Cauca se cuenta con 2.444 establecimientos escolares. En todos los grados se observa que la mayoría de estos son oficiales y en ellos se encuentran matriculados el 92% de los estudiantes.

Para Divertura es vital este indicador pues son los estudiantes grandes clientes, especialmente durante la semana, ya que al no estar la familia reunida, los colegios podrán tener la opción del Parque para realizar actividades netamente académicas o solo recreativas como yincanas, Jean days, o celebración del día del alumno; formas que favorecerán tanto a los colegios por tener una opción más para visitar, aprender y conocer del Departamento y a la vez para el Parque pues podrá tener buena rotación de público en todos los momentos del año.

#### **1.1.2 Mercado laboral**

El Departamento del Cauca muestra comportamientos encontrados en sus tasas de desempleo y subempleo de acuerdo con los datos del 2004. Mientras que el porcentaje de desempleados del Departamento es relativamente bajo dentro del contexto nacional, el de subempleados es sustancialmente elevado

---

<sup>162</sup> Informe de Coyuntura Económica Regional, Departamento del Cauca. Segundo Semestre de 2004. (Banco de la Republica-DANE). Los indicadores para analizar y aplicar a DIVERTURA, son los que aplican para el Parque.

en comparación con el promedio de los demás Departamentos, pues la tasa de desempleo del Cauca (8,7%) es inferior en cuatro puntos porcentuales y en cambio la de subempleo (39%) es superior en 9. La tendencia de las tasas también es diferente con respecto al 2003, el desempleo se redujo en casi 2 puntos porcentuales, por el contrario, el subempleo se incrementó en la misma proporción.

La población económicamente activa (PEA) del Departamento tan solo alcanza 661.000 individuos. Esta es una de las fuerzas laborales mas pequeñas del país, es decir, 20% inferior al promedio nacional. En comparación con 2003, la PEA del Cauca se redujo levemente, probablemente como resultado de que muchos caucanos desistieran de buscar trabajo o de que varios jóvenes se reintegraran al sistema educativo. El total de ocupados del Departamento en 2004, superó los 600.000 individuos y el de subempleados los 250.000.

Consolidando cifras tenemos:

**Tabla 7.1: Mercado laboral**

<b>POBLACION TOTAL</b>	<b>1.344.000</b>
Población en Edad de Trabajar	1.009.000
Población menor de 12 años	335.000
Población Económicamente Activa	661.000
Población Económicamente inactiva	348.000
Ocupados	603.000
Desocupados	57.000
Subempleados	345.000
Completamente Desempleados	258.000

Fuente: DANE.

Lo anterior nos demuestra que hay suficiente mercado laboral para contratar, situación que para el Parquees muy beneficiosa, ya que inicialmente en la fase de inversión se contratarán 4 personas de manera directa, adicionalmente las personas que se puedan ver beneficiadas indirectamente a través del consorcio

de ingenieros; en la etapa operacional se contratarán 47 personas directamente y se generarán 10 empleos indirectos.

Todo lo anterior muestra el crecimiento positivo que tendrá el Parque y que contribuirá no sólo al desarrollo económico del Municipio y Departamento sino al ofrecimiento de espacios que le permita a los Payaneses distraerse, aprender, integrarse con su familia y conocer a su región.

### **1.1.3 Estructuras y tendencias de producción**

El comportamiento reciente de la economía del Cauca es alentador. Esto puede atribuirse en buena medida al aumento de las exportaciones y de producción agropecuaria, pero sin embargo el Cauca sigue siendo uno de los Departamentos más rezagados del país.

En cuanto a los sectores que componen la economía Caucana, encontramos que son tres: el de servicios (31%), industria y agricultura (20%), silvicultura y pesca (19%).

Divertura se ubica en el primer sector, el de servicios, que es el que más participación tiene dentro del desarrollo económico, situación positiva, pues confirma que el sector al cual se ha enfocado el estudio es el más acertado y a la vez hace que necesite más trabajo pues es lo que le da mayor movimiento al desarrollo Caucano.

### **1.1.4 Ingreso**

El ingreso promedio del trabajador Caucano y Payanes es de \$445.700 pesos incluido el auxilio de transporte, es decir, un salario mínimo, lo que se proporciona como dato para que el Parque establezca sus precios, ese es un promedio muy generalizado, que hay que tener como base para definir el perfil del cliente Divertura, que en un principio será en su mayoría el payanes.

### **1.1.5 Inflación**

Es meta de cualquier gobierno, la disminución de la inflación, para bajar el costo de vida y nivelar los precios de los productos, razón por la cual el salario mínimo es incrementado teniendo en cuenta la meta de inflación, lo cual ha resultado insuficiente para cubrir las necesidades básicas de la población, además, la falta de regulación de la inflación de los precios de los productos de la canasta familiar, que ha ocasionado un desbalance en las finanzas del núcleo familiar y por consiguiente, una pérdida en la capacidad adquisitiva de la población de la demanda de los productos y servicios, tales como: alimentación, vivienda y vestido.

Tomando como referencia lo anterior, es preocupante esta situación, ya que si no se dispone del dinero suficiente, las personas sacrificarán su distracción por cubrir sus necesidades básicas, que le permita subsistir, lo que hace que prefieran no acceder a los planes que ofrece el Parque, quedándose en sus casas viendo televisión o durmiendo, entre otros.

### **1.1.6 Infraestructura básica**

A pesar de que el Cauca está constituido por zonas rurales, su dotación de vías es relativamente buena. Alcanza un total superior a los 8.800 Km., que sobrepasa el promedio de los Departamentos colombianos. En efecto, cuenta con la segunda red primaria del país, después de Antioquia. El sistema vial del Cauca, en relación con su superficie, resulta en 300 metros de vía por km<sup>2</sup>, valor cercano al promedio nacional (293 metros de vía por km<sup>2</sup>).

Sin embargo, las carreteras principales del Departamento se concentran en su sector oriental, dejando incomunicados a algunos Municipios más cercanos a la costa como Guapi y Timbiquí.



Además del transporte terrestre, el Departamento cuenta con algo de infraestructura para el transporte aéreo.

En el Cauca la cantidad de líneas telefónicas instaladas es reducida. El total de suscriptores, en su mayoría residenciales, escasamente supera los 88.000, lo que corresponde a un promedio de menos de 7 líneas por cada 100 habitantes.

Similarmente, el área de cobertura de la telefonía celular se limita a Popayán y a algunas de sus zonas vecinas.

El Departamento se encuentra interconectado al sistema eléctrico nacional de Popayán y sus principales centros poblados. Sin embargo las zonas que se sitúan hacia el occidente y el sur del Departamento, solo cuentan con pequeñas centrales construidas o en proyecto.

En cuanto a esta parte se encuentran varios puntos a favor y varios en contra, como son:

Al contar el Cauca con una infraestructura vial buena, permite que la ubicación del Parque no se torne dificultosa por su acceso, además permite que el Parque sea el sitio para que los diferentes Municipios se den a conocer, con el fin de que en un futuro sean visitados por quienes ya han estado en el Parque.

Por otro lado, lo que afecta o no es muy bueno, tiene que ver con las líneas telefónicas instaladas, pues estas son muy reducidas, además de que el sistema eléctrico esté establecido en pocas partes, pues lo anterior hace difícil el promocionar y obtener información de sitios dignos de exponer y conocer en Divertura.

## **2. DISTRIBUCIÓN DE LOS BENEFICIOS ECONOMICOS**

Las socias gestoras y ejecutoras serán las beneficiarias económicamente del proyecto al igual que el talento humano que participe en él; este beneficio se verá reducido por los impuestos de ley y en general por el funcionamiento que se necesite.

### 3. EVALUACION SOCIAL

El impacto social que genera el proyecto es de tipo regional, Divertura contribuirá al bienestar de la región, teniendo en cuenta los objetivos de eficiencia y equidad, y aportará nuevos ingresos a los empleados que se vinculen tanto directa como indirectamente.

Divertura tendrá un impacto social muy grande debido a que reúne dos partes:

- Se podrá crear un sitio en donde los payaneses podrán encontrar toda su tradición cultural y patrimonial, no antes conocida, por falta de tiempo, dinero o disposición (factor seguridad). Será el sitio en donde la gente del Departamento se reconozca y a la vez despierte y fomente su sentido de pertenencia por su región, que se ha dejado olvidar adicionándole a esto la proyección de la mayoría de los Municipios del Departamento, como sitios únicos e inigualables.
- El segundo impacto a tener se relaciona con el trabajo tanto directo como indirecto que se pueda generar, ya que como se comentó anteriormente en su fase de inversión se contratarán 4 personas de manera directa y en la fase operacional 47 personas directamente y 10 se verán beneficiados indirectamente.

Hay que destacar que aunque el Parque tiene su identidad, ha sido construido con base en lo desarrollado por otros Parques a nivel nacional e internacionalmente, que han tienen impacto en la sociedad que los rodea.

#### **4. COSTOS DEL PROYECTO A NIVEL SOCIAL**

El costo del proyecto o impacto negativo se relaciona con el hecho que los clientes de Divertura en un principio sólo serán los habitantes de la ciudad de Popayán, lo que hace deducir que la gente del Departamento, país y del mundo no sean incluidos como mercado objetivo en el corto plazo.

Lo anterior se presenta debido a que cada mercado objetivo que se incluya para Divertura exige una investigación de mercados específica, es decir, necesita de la inversión de tiempo y dinero por parte de las gestoras y ejecutoras del proyecto, que en el momento no lo poseen, por lo que han pensado que con el paso del tiempo, serán los mismos visitantes de Divertura los que se encargarán de promocionar el Parque entre sus conocidos, produciendo un efecto multiplicador de lo interesante del Parque.

## 5. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO ECONÓMICO Y SOCIAL

- El impacto económico que genera la creación del Parque esta relacionado con la diversificación de la economía caucana, al ser Divertura un proyecto que integra a muchos sectores del Cauca, pues provoca que variables como el ingreso, la inflación, el empleo, la infraestructura básica, la educación, el mercado laboral y la normatización que se maneja se vea afectada para mejorar su desarrollo y para aportar al Departamento.
- El impacto social que dará el proyecto, será significativo, pues el Parque esta desarrollando una labor de proyección social al querer agrupar en un solo sitio varios atractivos del Departamento, que permitirá que sus visitantes se motiven a ir a los sitios originales, además de generar fuentes de empleo a los Caucanos, de una manera muy tradicional, pues quienes estén vinculados al proyecto podrán exponer lo que les corresponde con mayor pertenencia de lo que se busca mostrar.
- El costo del proyecto a nivel social esta representado en los clientes que tendrá el Parque en este momento, es decir, los habitantes de Popayán y que se espera que en un futuro se incrementen a los del Departamento, el país y el mundo.

## **CAPITULO VIII**

### **EVALUACIÓN AMBIENTAL <sup>163</sup>**

La industria moderna ha generado un desarrollo económico y social beneficioso en algunos aspectos, pero desafortunado y peligroso desde otros puntos de vista. El aumento en la contaminación ambiental, la extinción de algunas especies de plantas y animales y la reducción de los recursos naturales son algunos ejemplos de los efectos perjudiciales causados en gran medida por las decisiones equivocadas de las personas que asumen puestos gerenciales en las industrias y el comercio.

Por esta razón, el uso eficiente de los recursos naturales no sólo deberá considerarse en el momento de cada decisión, sino también deberán considerarse en cómo éstos se afectarán en un futuro para lograr un desarrollo sustentable de su uso.

Para tal efecto, la evaluación del impacto ambiental del presente proyecto, conlleva a la realización de un estudio cuyo principal objetivo parte de un diagnóstico inicial de la zona sin proyecto, se identifican los posibles efectos negativos y positivos que pueda tener el montaje del mismo sobre el medio ambiente y en caso de encontrar efectos negativos, hallarles solución o mitigación a través del diseño de un Plan de Manejo Ambiental (PMA).

---

<sup>163</sup> El estudio Ambiental de DIVERTURA se realizó con base en la información encontrada en el Plan de Ordenamiento Territorial, P.O.T, documento que proporciona datos generales de Popayán a nivel rural y urbano, fueron ajustados a la zona de influencia.

## 1. ASPECTOS AMBIENTALES GENERALES<sup>164</sup>

Divertura estará ubicado en la zona norte del Municipio de Popayán, en la Hacienda Belalcázar, también conocida como la Loma de las Cometas, debido a las actividades que se desarrollan en el verano.

La Zona de influencia es dedicada al pastoreo, cuenta con veinte (20) hectáreas, de las cuales se tiene planeado que para Divertura se utilicen dos (2).

Casi en su totalidad el terreno es plano lo que facilita la construcción de lo planeado para Divertura, aunque se realizarán algunas excavaciones, estas no tendrán un impacto significativo sobre el Medio Ambiente, pues no se utilizará ninguna clase de explosivo que pueda tener un efecto negativo sobre la zona.

Con el ánimo de cumplir con el compromiso que tiene Divertura en el Municipio y Departamento, para el momento de la construcción y durante la prestación del servicio, el respeto por la naturaleza será uno de los aspectos más importantes a tener en cuenta.

La siembra de árboles, flores y demás especies que contribuyan con el medio ambiente serán actividades que desarrollará Divertura.

A continuación se realizará el respectivo estudio que permitirá conocer más acerca del impacto al medio ambiente generado por Divertura.

---

<sup>164</sup> Se adicionó esta parte de Aspectos Generales Ambientales, con el fin de ubicar nuevamente al lector en la localización de DIVERTURA, pues esta ya fue tratada en el estudio técnico con mayor profundidad.

## **2. DESCRIPCIÓN DEL MEDIO AMBIENTE NATURAL**

La información con la cual se trabajará a continuación es general de la zona de influencia del proyecto, debido a que hasta el momento Popayán no cuenta con datos que proporcionen más especificaciones que permitan hacer un estudio exacto.

Toda la información es referenciada del Plan de Ordenamiento Territorial –P.O.T-, documento recomendado por la Corporación Autónoma Regional del Cauca -CRC- institución encargada del manejo ambiental en la región y país.

### **2.1 RECURSO FLORA**

Teniendo en cuenta que los ecosistemas naturales del Municipio están siendo afectados puntualmente por consumo de leña y carencias de alternativas para el desarrollo de actividades se puede precisar que la biodiversidad está siendo amenazada.

La composición florística de especies vegetales que presentan una dominancia silvestre en el Departamento del Cauca, se pueden encontrar con mayor detalle en el Museo de Historia Natural.

Las especies detectadas se hallan prácticamente en alto riesgo de extinción por efectos de la tala indiscriminada, destrucción del hábitat, uso del suelo y factores culturales.

Hay que resaltar que la zona de la Hacienda Belalcázar no cuenta con plantas que tengan peligro de extinción, por lo anterior será deber del Parque ambientar con



las diferentes variedades del Municipio y Departamento, promocionando así su flora y variedad en plantas que contribuyan a la armonía y protección de la naturaleza.

## **2.2 RECURSO FAUNA**

En el sector de Divertura, no se encuentra gran variedad de fauna. La representación que podemos encontrar es muy poca y es la encabezada por aves o pájaros que habitan en los diferentes árboles de la zona, o en su defecto se pueden encontrar diferentes insectos y animales terrestres como lombrices, saltamontes, cucarrones, zancudos, mosquitos entre otras especies que se encuentran realizando un trabajo de limpieza a la naturaleza.

## **2.3 RECURSO AGUA**

De acuerdo a la localización La Hacienda Belalcázar esta rodeada por El río Cauca y la quebrada El Tablazo, que son fuentes de agua necesarias y óptimas para las diferentes actividades que desarrollará Divertura.

## **2.4 RECURSO AIRE**

En particular, se debe examinar la producción actual de Ruido, contaminación atmosférica y otro elemento contaminante del aire: Humos y gases-Monóxido de Carbono-.

- *RUIDO*: La contaminación por ruido que se genera en la ciudad esta asociada a los corredores viales de mayor tráfico vehicular y a la localización de las vías que presentan mayor congestión.

Después de haber realizado un estudio para determinar la mayor generación de ruido se obtuvo que hay varias fuentes entre las que están: los móviles (vehículos y motos), vendedores ambulantes, uso de alto parlantes y amplificadores en diferentes sectores.

Los niveles de presión sonora generados afectan la salud y el bienestar de las personas, por lo tanto, se deben adoptar una serie de medidas y acciones tendientes a la disminución de estos niveles con el objetivo de proteger el ambiente y la calidad de vida de los habitantes.

- *CONTAMINACIÓN ATMOSFÉRICA*: Se considera que hay contaminación del aire cuando se altera su composición habitual de la descarga de sustancias o compuestos, en condiciones de duración, concentración, o intensidad que afecten la vida animal, vegetal, la salud y el bienestar humano.

El sector urbano del Municipio presenta problemas de contaminación atmosférica, generada por fuentes fijas y móviles. Desde el punto de vista industrial los problemas de contaminación que se presentan son pocos ya que la ciudad no está muy desarrollada en este punto, sin embargo hay actividades que registran gran impacto ambiental por contaminación y por incompatibilidad de usos del suelo por estar próximos a zonas residenciales como son las trilladoras de café, ubicadas en el norte de la ciudad, sector Barrio Bolívar y sector sur-occidente variante Panamericana.

- *GASES*: La contaminación ambiental ocasionada por gases como monóxido de carbono (CO) e hidrocarburos (CH), producidos por los vehículos que se movilizan diariamente en la ciudad, son una de las principales causas de enfermedades respiratorias de la población, estas afecciones que se presentan en la comunidad se incrementan debido al aumento de vehículos que transitan sin la previa revisión de las emisiones de dichos gases.

- *HUMO*: Conjunto de productos gaseosos y partículas sólidas minúsculas que se desprenden de los cuerpos de combustión y que se identifican fácilmente cuando es expulsado del vehículo humo de color gris a blanco, pues al contrario de lo que se piensa, el color negro es el que significa menos contaminación.

De acuerdo a lo anterior se puede ver que por muchas formas se presenta contaminación, pero en el caso del Parque:

- Por su ubicación, el sector no es contaminado, a lo que se le suma la amplia zona campestre que lo rodea.
- El ruido es el ocasionado por los vehículos que transitan por el sector, que es disminuido debido a que se no presenta congestión.

## **2.5 RECURSO SUELO**

Los suelos se constituyen en uno de los recursos naturales decisivos para adelantar el proceso de planificación y ordenamiento territorial.

Su análisis suministra la información básica para determinar la potencialidad, aptitud, restricciones y limitantes para el uso múltiple de las tierras, es así como el suelo resulta determinante para el desarrollo de las actividades importantes del Municipio de Popayán como la agricultura, la ganadería y aquellas que tienen que ver con la conservación y protección de los recursos naturales.

El suelo es el resultado de los recursos formadores como el clima, las geoformas, rocas, el tiempo y los procesos geológicos.

De acuerdo con los respectivos análisis que se le ha hecho al suelo el Municipio, este posee unos suelos relativamente jóvenes y poco evolucionados, lo que se puede comprobar en donde ha sido ideado Divertura, pues es un sector plano, sin problemas de deslizamientos o fallas geológicas.

## 2.6 RECURSO CLIMA

Tiene en cuenta diferentes variables como la temperatura, Humedad y los Vientos.

- **Temperatura:** Es el grado o nivel térmico de la atmósfera, que en la ciudad de Popayán tiene un promedio de 19° centígrados, lo que se traduce en ser un clima templado.
- **Humedad:** La Humedad relativa según los datos de la estación climatológica<sup>165</sup> Guillermo Valencia 1976-1997, oscila entre 68 y 82%, su variación anual esta relacionada con la presencia en mayor o menor grado de la precipitación, así como con otros factores meteorológicos como son: Vientos, Nubosidad, Temperatura y Evapotranspiración, y la cobertura vegetal presente en el área. La variación anual es de 77%.

El máximo porcentaje de humedad relativa es de 82% en el mes de noviembre y el mínimo es de 68% en el mes de agosto.

- **Vientos:** El viento tiene importancia entre otras cosas por su acción en la dispersión de contaminantes y en la desecación de los suelos. Su dirección predominante permite definir áreas críticas de amenazas por incendios. En este sentido interesa conocer el viento dominante y la frecuencia de las direcciones y velocidades.

---

<sup>165</sup> Estaciones Climatológicas, sobre las cuales se hace el análisis de las 7 estaciones climatológicas: La Florida, Aeropuerto Guillermo Valencia, Fundación José María Obando, La Trinidad, Venta Cajibío y Paletará.

Los vientos dominantes proceden del suroeste. El valor máximo multianual es de 5.5 metros, y el valor mínimo multianual es de 0.27 metros.

### 3. IDENTIFICACIÓN DE IMPACTOS Y EFECTOS AMBIENTALES

Comprende la identificación de impactos y efectos ambientales que tiene Divertura sobre el entorno geográfico.

Para lo anterior se encuentran diferentes métodos que permiten identificar los impactos, entre los que están:

- Lista de Verificación
- Método Matricial
- Superposición de Mapas
- Diagramas de Flujo

En esta ocasión se utilizará el Método Matricial<sup>166</sup>, que consiste en formar una matriz apoyada en una lista de actividades propias de Divertura (en la etapa de preparación del sitio, construcción y en su fase operacional), las cuales se constituyen en los encabezamientos de las columnas de la matriz; y en una lista de componentes ambientales existentes en la zona de influencia del proyecto e identificados dentro de la descripción del entorno geográfico, el cual constituye el encabezamiento de las filas de la matriz.

Las matrices serán analizadas al final, y en la consideración de cada una se han obviado algunos criterios debido a que no aplican para todos los servicios que se ofrecen.

---

<sup>166</sup> La Matriz más utilizada en la identificación de impactos ambientales es la Matriz de Leopold, la cual ha sido aplicada en el medio latinoamericano con algunas modificaciones y adaptaciones hechas por las autoridades ambientales nacionales y regionales.

### 3.1 MATRIZ DE IMPACTO AMBIENTAL O MATRIZ DE LEOPOLD

Tabla 8.1: Granja Interactiva – Fase de Preparación y Construcción-

MATRIZ PARA LA IDENTIFICACIÓN DE IMPACTOS-Granja Interactiva-																		
SIMBOLOGIA			ETAPA DE PREPARACIÓN							ETAPA DE CONSTRUCCIÓN			Total Impactos Críticos	Total Impactos Moderados	Total Impactos Combatibles			
			Descapote	Conformación del Terreno para los tanques	Excavaciones	Campamento	Sito Depósito de Materiales	Reellenos	Redes de Servicios	Cimentación y Mampostería	Construcción y Estructuras	Instalaciones				Pozo Séptico		
Crítico																		
Moderado																		
Combatible																		
ENTORNO AMBIENTAL	Factores Bióticos	Flora	Vegetación Secundaria												0	5	6	
			Extracto Herbáceo y Arbustivo													0	4	7
	Fauna	Aves													0	3	8	
		Roedores													0	3	8	
	Aire	Polvo													1	6	4	
		Ruido													1	6	4	
		Monóxido de Carbono													0	6	5	
	Agua	Aguas Subterráneas													0	6	5	
		Aguas Superficiales													0	6	5	
		Drenaje													0	6	5	
	Factores Abióticos	Suelo	Calidad del Agua												0	5	6	
			Características Físicas												2	7	2	
			Características Biológicas												0	6	5	
			Características Químicas												0	4	7	
			Geomorfología												0	5	6	
	Clima	Basuras	Basuras												0	4	7	
			Clima	Precipitación												0	1	10
				Vientos												0	1	10
				Temperaturas												0	1	10
	Total Impactos Críticos			0	1	3	0	0	0	0	0	0	0	0	4	85	120	
Total Impactos Moderados			11	18	11	0	11	15	1	4	4	0	10	4	85	120		
Total Impactos Combatibles			8	0	5	19	8	4	18	15	15	19	9	4	85	120		

Fuente: Propia de la Investigación.

**Tabla 8.2: Granja Interactiva – Fase Operacional –**

MATRIZ PARA LA IDENTIFICACIÓN DE IMPACTOS - Granja Interactiva-																
SIMBOLOGIA		FASE OPERACIONAL											Total Impactos Críticos	Total Impactos Moderados	Total Impactos Combatibles	
		Residuos Sólidos	Residuos Líquidos	Mantenimiento	Requerimiento de Energía	Señalamiento y Propaganda	Ventas Ambulantes	Cargue y Descargue	Movimiento de Personas	Estacionamiento	Disfrute del Paisaje	Turismo				Transporte Privado
Crítico																
Moderado																
Combatible																
Factores Bióticos	Flora	Vegetación Secundaria												0	3	9
	Fauna	Extracto Herbáceo y Arbustivo												0	3	9
Factores Abióticos	Aves	Roedores												0	1	11
		Aire	Polvo												0	3
	Ruido													0	1	11
	Monóxido de Carbono												0	2	10	
	Agua	Aguas Subterráneas												0	1	11
		Aguas Superficiales												0	1	11
		Drenaje												0	2	10
	Calida del Agua												0	2	10	
	Suelo	Características Físicas												0	1	11
		Características Biológicas												0	2	10
		Características Químicas												0	2	10
		Geomorfología												0	0	12
	Clima	Basuras												0	3	9
		Precipitación												0	0	12
Vientos													0	0	12	
Temperaturas													0	0	12	
<b>Total Impactos Críticos</b>			0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	28	200
<b>Total Impactos Moderados</b>			11	10	10	0	0	1	2	3	0	0	0	0	28	200
<b>Total Impactos Combatibles</b>			8	9	9	19	19	18	17	16	19	19	19	0	28	200

Fuente: Propia de la Investigación.



**Tabla 8.3: Zona de Piscinas – Fase de Preparación y Construcción-**

			MATRIZ PARA LA IDENTIFICACIÓN DE IMPACTOS - Zona de Piscinas -										Total Impactos Críticos	Total Impactos Moderados	Total Impactos Combatibles	
			ETAPA DE PREPARACIÓN							ETAPA DE CONSTRUCCIÓN						
SIMBOLOGIA			Descapote	Conformación del Terreno para los tanques	Excavaciones	Campamento	Sitio Depósito de Materiales	Rellenos	Redes de Servicios	Cimentación y Mampostería	Construcción y Estructura	Instalaciones	Total Impactos Críticos	Total Impactos Moderados	Total Impactos Combatibles	
Critico																
Moderado																
Combatible																
ENTORNO AMBIENTAL	Factores Bióticos	Flora	Vegetación Secundaria										0	6	4	
			Extracto Herbáceo y Arbustivo											0	6	4
	Fauna	Aves											0	1	9	
		Roedores											0	1	9	
	Aire	Polvo											0	8	2	
		Ruido											0	7	3	
		Monóxido de Carbono											0	1	10	
	Agua	Aguas Subterráneas											0	4	6	
		Aguas Superficiales											0	4	6	
		Drenaje											0	4	6	
		Calidad del Agua											0	2	9	
	Suelo	Características Físicas											0	2	9	
		Características Biológicas											0	2	9	
		Características Químicas											0	3	8	
		Geomorfología											0	0	10	
	Clima	Basuras											0	5	5	
		Precipitación											0	0	10	
		Vientos											0	0	10	
		Temperaturas											0	1	10	
	Total Impactos Críticos			0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	57	139	
	Total Impactos Moderados			4	7	7	3	11	9	0	5	5	0	57	139	
	Total Impactos Combatibles			15	12	12	16	8	10	19	14	14	19	0	57	139

Fuente: Propia de la Investigación.

**Tabla 8.4: Zona de Piscinas – Fase Operacional -**

SIMBOLOGIA				FASE OPERACIONAL										Total Impactos Críticos	Total Impactos Moderados	Total Impactos Combatibles			
				Residuos Sólidos	Residuos Líquidos	Mantenimiento	Requerimiento de Energía	Señalamiento y Propaganda	Ventas Ambulantes	Cargue y Descargue	Movimiento de Personas	Estacionamiento	Disfrute del Paisaje				Turismo	Transporte Privado	
	Crítico																		
	Moderado																		
	Combatible																		
<b>ENTORNO AMBIENTAL</b>	<b>Factores Bióticos</b>	<b>Flora</b>	Vegetación Secundaria													0	5	7	
		<b>Fauna</b>	Extracto Herbáceo y Arbustivo													0	5	7	
	<b>Factores Abióticos</b>	<b>Aire</b>	Polvo													0	5	7	
			Ruido													0	3	9	
			Monóxido de Carbono													0	3	9	
		<b>Agua</b>	Aguas Subterráneas													0	1	11	
			Aguas Superficiales													0	1	11	
			Drenaje													0	1	11	
			Calidad del Agua													0	1	11	
		<b>Suelo</b>	Características Físicas													0	2	10	
			Características Biológicas													0	1	11	
			Características Químicas													0	2	10	
	Geomorfología														0	0	12		
	Basuras														0	5	7		
	<b>Clima</b>	Precipitación													0	0	12		
		Vientos													0	0	12		
		Temperaturas													0	0	12		
	Total Impactos Críticos				0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	35	193	
	Total Impactos Moderados				6	8	4	1	0	1	3	4	4	0	0	4	0	35	193
	Total Impactos Combatibles				13	11	15	18	19	18	16	15	15	19	19	15	0	35	193

Fuente: Propia de la Investigación

**Tabla 8.5: Juegos Infantiles – Etapa de Preparación y Construcción -**

MATRIZ PARA LA IDENTIFICACIÓN DE IMPACTOS-Juegos Infantiles-																		
SIMBOLOGIA			ETAPA DE PREPARACIÓN							ETAPA DE CONSTRUCCIÓN			Total Impactos Críticos	Total Impactos Moderados	Total Impactos Combatibles			
			Descapote	Conformación del Terreno para los tanques	Excavaciones	Campamento	Sitio Depósito de Materiales	Rellenos	Redes de Servicios	Cimentación y Mampostería	Construcción y Estructura	Instalaciones				Pozo Séptico		
	Crítico																	
	Moderado																	
	Compatible																	
<b>ENTORNO AMBIENTAL</b>	<b>Factores Bióticos</b>	<b>Flora</b>	Vegetación Secundaria												0	8	3	
			Extracto Herbáceo y Arbustivo													0	8	3
	<b>Factores Abióticos</b>	<b>Fauna</b>	Aves													0	0	11
			Roedores													0	0	11
	<b>Aire</b>	Polvo													0	9	2	
		Ruido													0	5	6	
		Monóxido de Carbono													0	3	8	
	<b>Agua</b>	Aguas Subterráneas													0	2	9	
		Aguas Superficiales													0	2	9	
		Drenaje													0	1	10	
		Calidad del Agua													0	0	11	
	<b>Suelo</b>	Características Físicas													0	1	10	
		Características Biológicas													0	1	10	
		Características Químicas													0	2	9	
		Geomorfología													0	0	11	
		Basuras													0	10	1	
	<b>Clima</b>	Precipitación													0	0	11	
		Vientos													0	0	11	
		Temperaturas													0	0	11	
	Total Impactos Críticos			0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	52	157	
	Total Impactos Moderados			5	0	5	5	3	9	2	6	6	2	9	0	52	157	
	Total Impactos Combatibles			14	19	14	14	16	10	17	13	13	17	10	0	52	157	

Fuente: Propia de la Investigación.

**Tabla 8.6: Juegos Infantiles – Fase Operativa-**

Matriz de Impactos para la Juegos Infantiles- Fase Operativa-																		
SIMBOLOGIA			FASE OPERACIONAL											Total Impactos Críticos	Total Impactos Moderados	Total Impactos Combatibles		
			Residuos Sólidos	Residuos Líquidos	Mantenimiento	Requerimiento de Energía	Señalamiento y Propaganda	Ventas Ambulantes	Cargue y Descargue	Movimiento de Personas	Estacionamiento	Disfrute del Paisaje	Turismo				Transporte Privado	
Crítico	Moderado	Combatible																
ENTORNO AMBIENTAL	Factores Bióticos	Flora	Vegetación Secundaria												0	2	10	
		Fauna	Extracto Herbáceo y Arbustivo													0	2	10
	Aves														0	0	12	
	Roedores														0	0	12	
	Aire	Polvo													0	5	7	
		Ruido													0	6	6	
		Monóxido de Carbono													0	2	10	
	Agua	Aguas Subterráneas													0	1	11	
		Aguas Superficiales													0	2	10	
		Drenaje													0	1	11	
		Calidad del Agua													0	0	12	
	Suelo	Características Físicas													0	1	11	
		Características Biológicas													0	1	11	
		Características Químicas													0	1	11	
		Geomorfología													0	0	12	
		Basuras													0	8	4	
	Clima	Precipitación													0	0	12	
		Vientos													0	0	12	
		Temperaturas													0	0	12	
	Total Impactos Críticos			0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	32	196	
	Total Impactos Moderados			8	7	3	2	2	2	3	2	0	0	0	3	0	32	196
	Total Impactos Combatibles			11	12	16	17	17	17	16	17	19	19	19	16	0	32	196

Fuente: Propia de la Investigación.

**Tabla 8.7: Canchas Polideportivas<sup>167</sup> – Fase de Preparación y Construcción-**

SIMBOLOGIA			ETAPA DE PREPARACIÓN										ETAPA DE CONSTRUCCIÓN						
			Descapote	Conformación del Terreno para los tanques	Excavaciones	Campamento	Sitio Deposito de Materiales	Rellenos	Redes de Servicios	Cimentación y Mampostería	Construcción y Estructura	Instalaciones	Pozo Séptico	Total Impactos Críticos	Total Impactos Moderados	Total Impactos Combatibles			
	Crítico																		
	Moderado																		
	Combatible																		
<b>ENTORNO AMBIENTAL</b>	<b>Factores Bióticos</b>	<b>Flora</b>	Vegetación Secundaria													0	6	2	
			Herbáceo y Arbustivo														0	6	2
	<b>Factores Abióticos</b>	<b>Fauna</b>	Aves														0	0	8
			Roedores														0	0	8
	<b>Aire</b>	Polvo														0	5	3	
		Ruido														0	3	5	
		Monóxido de Carbono														0	0	8	
	<b>Agua</b>	Aguas Subterráneas														0	0	8	
		Aguas Superficiales														0	0	8	
		Drenaje														0	0	8	
		Calidad del Agua														0	0	8	
	<b>Suelo</b>	Características Físicas														0	1	7	
		Características Biológicas														0	1	7	
		Características Químicas														0	1	7	
		Geomorfología														0	0	8	
		Basuras														0	7	1	
	<b>Clima</b>	Precipitación														0	0	8	
		Vientos														0	0	8	
		Temperaturas														0	0	8	
	Total Impactos Críticos			0		0	0	0	0	0		0		0	30	122			
	Total Impactos Moderados			5		5	1	7	3	2	3		5		0	30	122		
	Total Impactos Combatibles			15		15	18	12	16	18	16		14		0	30	122		

Fuente: Propia de la Investigación.

<sup>167</sup> Las tablas que aparecen con celdas vacías, no han sido sombreadas debido a que no aplican para el servicio evaluado.

**Tabla 8.8: Canchas Polideportivas – Fase Operacional-**

		Matriz para la Identificación de Impactos -Canchas Polideportivas -													Total Impactos Críticos	Total Impactos Moderados	Total Impactos Combatibles	
		FASE OPERACIONAL																
SIMBOLOGIA		Residuos Sólidos	Residuos Líquidos	Mantenimiento	Requerimiento de Energía	Señalamiento y Propaganda	Ventas Ambulantes	Cargue y Descargue	Movimiento de Personas	Estacionamiento	Disfrute del Paisaje	Turismo	Transporte Privado	Total Impactos Críticos	Total Impactos Moderados	Total Impactos Combatibles		
Crítico																		
Moderado																		
Combatible																		
ENTORNO AMBIENTAL	Factores Bióticos	Flora	Vegetación Secundaria												0	1	4	
		Fauna	Herbáceo y Arbustivo													0	1	4
	Aves																	
		Roedores																
	Aire	Polvo														0	3	2
		Ruido														0	3	2
		Carbono														0	0	5
	Agua	Subterráneas														0	0	5
		Superficiales														0	0	5
		Drenaje														0	0	5
		Agua														0	0	5
	Suelo	Características Físicas														0	0	5
		Características Biológicas														0	0	5
		Características Químicas														0	0	5
		Geomorfología														0	0	5
		Basuras														0	5	0
	Clima	Precipitación																
		Vientos																
		Temperaturas																
	Total Impactos Críticos															0	12	57
	Total Impactos Moderados				5	1	1		3	3						0	12	57
	Total Impactos Combatibles				9	13	13		11	11						0	12	57

Fuente: Propia de la Investigación.

**Tabla 8.9: Lago Eco-Recreativo y de Pesca –Fase de Preparación y Construcción-**

MATRIZ PARA LA IDENTIFICACION DE IMPACTOS-Lago Eco-recreativo-y de Pesca																			
SIMBOLOGIA			ETAPA DE PREPARACIÓN									ETAPA DE CONSTRUCCIÓN			Total Impactos Críticos	Total Impactos Moderados	Total Impactos Combatibles		
			Descapote	Conformación del Terreno para los tanques	Excavaciones	Campamento	Sitio Depósito de Materiales	Rellenos	Redes de Servicios	Cimentación y Mampostería	Construcción y Estructura	Instalaciones	Pozo Séptico						
	Crítico																		
	Moderado																		
	Combatible																		
<b>ENTORNO AMBIENTAL</b>	<b>Factores Bióticos</b>	<b>Flora</b>	Vegetación Secundaria													0	5	6	
			Extracto Herbáceo y Arbustivo														0	5	6
	<b>Factores Abióticos</b>	<b>Fauna</b>	Aves																
			Roedores																
	<b>Aire</b>		Polvo													0	6	5	
			Ruido													0	5	6	
			Monóxido de Carbono													0	0	11	
			Aguas Subterráneas													0	3	8	
	<b>Agua</b>		Aguas Superficiales												0	3	8		
			Drenaje												0	2	9		
			Calidad del Agua												0	1	10		
	<b>Suelo</b>		Características Físicas												0	1	10		
			Características Biológicas												0	1	10		
			Características Químicas												0	1	10		
			Geomorfología												0	0	11		
			Basuras												0	10	1		
	<b>Clima</b>		Precipitación																
			Vientos																
			Temperaturas												0	1	10		
	Total Impactos Críticos			0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	44	121		
	Total Impactos Moderados			5	5	8	1	4	5	1	3	5	3	4	0	44	121		
	Total Impactos Combatibles			9	10	7	14	11	10	14	12	10	12	11	0	44	121		

Fuente: Propia de la Investigación.

**Tabla 8.10: Lago Eco-Recreativo y de Pesca –Etapa Operativa-**

SIMBOLOGIA		FASE OPERACIONAL												Total Impactos Críticos	Total Impactos Moderados	Total Impactos Combatibles				
		Residuos Sólidos	Residuos Líquidos	Mantenimiento	Requerimiento de Energía	Señalamiento y Propaganda	Ventas Ambulantes	Cargue y Descargue	Movimiento de Personas	Estacionamiento	Disfrute del Paisaje	Turismo	Transporte Privado							
	Critico																			
	Moderado																			
	Combatible																			
ENTORNO AMBIENTAL	Factores Bióticos	Flora	Vegetación Secundaria														0	2	6	
			Fauna	Herbáceo y Arbustivo														0	2	6
		Aire	Aves															0	2	6
			Roedores															0	2	6
	Polvo																0	2	4	
	Ruido																0	2	5	
	Agua	Monóxido de Carbono															0	0	8	
		Aguas Subterráneas															0	3	5	
		Aguas Superficiales															0	3	5	
		Drenaje															0	3	5	
	Suelo	Calidad del Agua															0	3	5	
		Características Físicas															0	0	8	
		Características Biológicas															0	0	8	
		Características Químicas															0	3	5	
		Geomorfología															0	0	8	
	Clima	Basuras															0	7	1	
		Precipitación															0	0	8	
		Vientos															0	0	8	
			Temperaturas														0	0	8	
	Total Impactos Críticos			0	0	0	0	0		0	0		0			0	0	34	115	
	Total Impactos Moderados			12	12	6	1	1		3	2		0			0	0	34	115	
	Total Impactos Combatibles			7	7	13	18	18		16	17		19			0	0	34	115	

Fuente: Propia de la Investigación.



**Tabla 8.11: Kiosco –Etapa de Construcción y Preparación-**

SIMBOLOGIA			MATRIZ PARA LA IDENTIFICACIÓN DE IMPACTOS-Kiosco-										Total Impactos Críticos	Total Impactos Moderados	Total Impactos Combatibles		
			ETAPA DE PREPARACIÓN					ETAPA DE CONSTRUCCIÓN									
Crítico	Moderado	Combatible	Descapote	Conformación del Terreno para los tanques	Excavaciones	Campamento	Sitio Depósito de Materiales	Rellenos	Redes de Servicios	Cimentación y Mampostería	Construcción y Estructuras	Instalaciones	Pozo Séptico				
ENTORNO AMBIENTAL	Factores Bióticos	Flora	Vegetación Secundaria											0	5	3	
			Herbáceo y Arbustivo												0	5	3
	Factores Abióticos	Fauna	Aves														
			Roedores														
		Aire	Polvo												0	7	1
			Ruido												0	7	1
			Monóxido de Carbono												0		8
		Agua	Aguas Subterráneas												0		8
			Aguas Superficiales												0		8
			Drenaje												0		8
			Agua												0		8
		Suelo	Características Físicas												0		8
			Características Biológicas												0		8
			Características Químicas												0		8
			Geomorfología												0		8
			Basuras												0	8	0
		Clima	Precipitación												0		8
			Vientos												0		8
			Temperaturas												0		8
		Total Impactos Críticos			0		0	0	0		0	0	0	0	0	32	104
Total Impactos Moderados			5		5	5	3		1	5	5	3	0	32	104		
Total Impactos Combatibles			12		12	12	14		16	12	12	14	0	32	104		

Fuente: Propia de la Investigación.

Tabla 8.12: Kiosco –Etapa Operativa -

SIMBOLOGIA			FASE OPERACIONAL											Total Impactos Críticos	Total Impactos Moderados	Total Impactos Combatibles			
			Residuos Sólidos	Residuos Líquidos	Mantenimiento	Requerimiento de Energía	Señalamiento y Propaganda	Ventas Ambulantes	Cargue y Descargue	Movimiento de Personas	Estacionamiento	Disfrute del Paisaje	Turismo				Transporte Privado		
ENTORNO AMBIENTAL	Factores Bióticos	Flora	Vegetación Secundaria														0	2	6
		Fauna	Herbáceo y Arbustivo															0	2
	Aire		Aves																
		Agua	Polvo															0	4
	Suelo		Ruido															0	5
		Clima	Monóxido de Carbono															0	0
	Factores Abióticos		Agua	Aguas Subterráneas														0	0
		Aguas Superficiales															0	0	8
	Suelo	Drenaje	Drenaje														0	0	8
			Calidad del Agua														0	0	8
	Clima	Suelo	Características Físicas	Características Físicas													0	0	8
				Características Biológicas													0	0	8
	Clima	Suelo	Características Químicas	Características Químicas													0	0	8
				Geomorfología													0	0	8
	Clima	Suelo	Basuras	Basuras													0	6	2
				Clima	Precipitación	Precipitación													0
	Clima	Vientos	Vientos															0	0
			Clima	Temperaturas	Temperaturas													0	0
	Total Impactos Críticos				0		0	0	0		0	0		0	0		0	19	117
	Total Impactos Moderados			5		3	2	1		3	5		0	0		0	19	117	
Total Impactos Combatibles			12		14	15	16		14	12		17	17		0	19	117		

Fuente: Propia de la Investigación.

**Tabla 8.13: Zona Administrativa, "C" y Plaza de Comidas –Fase de Preparación y Construcción-**

MATRIZ PARA LA IDENTIFICACIÓN DE IMPACTOS-Zonas Administrativa, "C" y de Comidas-																
SIMBOLOGIA			ETAPA DE PREPARACIÓN										ETAPA DE CONSTRUCCIÓN			
			Descapote	Conformación del Terreno para los tanques	Excavaciones	Campamento	Sitio Depósito de Materiales	Rellenos	Redes de Servicios	Cimentación y Mampostería	Construcción y Estructuras	Instalaciones	Pozo Séptico	Total Impactos Críticos	Total Impactos Moderados	Total Impactos Combatibles
	Crítico															
	Moderado															
	Combatible															
<b>ENTORNO AMBIENTAL</b>	<b>Factores Bióticos</b>	<b>Flora</b>	Vegetación Secundaria										0	6	3	
			Extracto Herbáceo y Arbustivo										0	6	3	
	<b>Factores Abióticos</b>	<b>Fauna</b>	Aves										0	0	9	
			Roedores										0	0	9	
	<b>Aire</b>	Polvo										0	7	2		
		Ruido										0	6	3		
		Carbono										0	0	9		
	<b>Agua</b>	Aguas Subterráneas										0	5	4		
		Aguas Superficiales										0	4	5		
		Drenaje										0	0	9		
		Calidad del Agua										0	0	9		
	<b>Suelo</b>	Características Físicas										0	0	9		
		Características Biológicas										0	0	9		
		Características Químicas										0	0	9		
		Geomorfología										0	0	9		
		Basuras										0	9	0		
	<b>Clima</b>	Precipitación										0	0	9		
		Vientos										0	0	9		
		Temperaturas										0	0	9		
	Total Impactos Críticos			0		0	0	0		0	0	0	0	43	128	
Total Impactos Moderados			7		7	5	3		1	7	7	1	5	43	128	
Total Impactos Combatibles			12		12	12	16		18	12	12	18	14	43	128	

Fuente: Propia de la Investigación.

### 8.14: Zona Administrativa, "C" y Plaza de Comidas – Fase Operativa-

Matriz para la Identificación de Impactos -Zona Administrativa, "C" y Plaza de Comidas-																	
SIMBOLOGIA			FASE OPERACIONAL										Total Impactos Críticos	Total Impactos Moderados	Total Impactos Combatibles		
			Residuos Sólidos	Residuos Líquidos	Mantenimiento	Requerimiento de Energía	Señalamiento y Propaganda	Ventas Ambulantes	Cargue y Descargue	Movimiento de Personas	Estacionamiento	Disfrute del Paisaje				Turismo	Transporte Privado
	Crítico																
	Moderado																
	Combatible																
ENTORNO AMBIENTAL	Factores Bióticos	Flora	Vegetación Secundaria												0	2	7
			Extracto Herbáceo y Aves												0	2	7
		Fauna	Roedores												0	0	9
			Polvo												0	7	2
	Aire	Ruido												0	6	3	
		Monóxido de Carbono												0	0	9	
		Aguas Subterráneas												0	3	6	
	Agua	Aguas Superficiales												0	2	7	
		Drenaje												0	1	8	
		Calidad del Agua												0	1	8	
		Suelo	Características Físicas												0	1	8
	Características Biológicas													0	1	8	
	Características Químicas													0	1	8	
	Geomorfología													0	0	9	
	Basuras													0	9	0	
	Clima	Precipitación												0	0	9	
		Vientos												0	0	9	
		Temperaturas												0	0	9	
	Total Impactos Críticos			0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	36	135	
	Total Impactos Moderados			9	9	5	3	2	3	3	1	1	0	36	135		
Total Impactos Combatibles			10	10	14	16	17	16	16	18	18	0	36	135			

Fuente: Propia de la Investigación.

#### **4. POSIBLE ESCENARIO MODIFICADO**

Esta descripción se refiere al comentario de las anteriores matrices para poder entender el posible escenario modificado después de la construcción de Divertura.

Como se puede ver en las matrices se ha hecho una identificación de los impactos ambientales que generaría la ubicación de cada servicio en el Parque.

La matriz utilizada es la desarrollada por Leopold, ésta incluye en la columna, las actividades propuestas con potencialidad de generar impacto ambiental (positivo o negativo) y en las filas, las condiciones o componentes del medio ambiente actual que puedan sufrir algunos cambios a causa de las actividades propuestas, y mediante la cual se efectúa un análisis detallado de la relación entre las actividades que se llevan a cabo durante el desarrollo del proyecto, en sus diferentes etapas, y las características ambientales existentes, del entorno ambiental.

La literatura que se tuvo como referente postula que se utilicen números y una escala de valor que va de 0 a 5 para identificar si es o no perjudicial el impacto.

Como este proyecto busca mostrar de manera muy didáctica y precisa lo que se desea alcanzar, no se utilizó la numeración sino que se utilizaron tres colores para identificar el grado del impacto; verde para un impacto compatible, amarillo para un impacto moderable y rojo para un impacto crítico.

De manera general la puesta en marcha del Parque DIVERTURA, no generará impacto crítico al ambiente, la mayoría de los impactos son considerables o moderados, es decir que fácilmente se pueden generar planes que permitan

contribuir al medio ambiente y procure el equilibrio del ecosistema del Departamento.

La generación de ideas que permitan mitigar el impacto moderable serán planteadas en el Plan de Manejo Ambiental, PMA, que es el paso que esta a continuación, el cuál mostrará en el momento de presentación del proyecto a las autoridades pertinentes, para la legalización del mismo, las formas de contribuir al cambio efectuado, que como ya se ha dicho se producirá en mejoras para todos.

## 5. PLAN DE MANEJO AMBIENTAL

**Tabla 8.15: Plan de Manejo Ambiental, PMA**  
*Etapa de Preparación del Sitio y Construcción*

<b><u>GENERADOR</u></b>	<b><u>Medidas de Preservación y/o Mitigación</u></b>
<b><u>Campamento</u></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ubicación y diseño adecuado de campamentos que minimicen los efectos producidos por el entorno y usuarios del proyecto. Ubicarlo preferiblemente cerca de las vías públicas existentes.</li> <li>• Localización de los depósitos materiales de tal forma que por efectos de la escorrentía<sup>168</sup> no se facilite el arrastre de sedimentos.</li> <li>• Control y mantenimiento permanente del pozo séptico existente en la zona.</li> <li>• Señalización Preventiva.</li> <li>• Adecuada disposición de escombros.</li> </ul>
<b><u>Cerramiento de Seguridad</u></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseño adecuado de cerramiento, definiendo su distribución interna, materiales, accesos, circulaciones peatonales y vehiculares y dotación de servicios.</li> <li>• Uso de materiales y acabados que garanticen la circulación segura de peatones.</li> <li>• Restricción de cualquier tipo de explosivos.</li> <li>• Constitución de pólizas de responsabilidad civil por daños a terceros.</li> </ul>
<b><u>Manejo De Escombros</u></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Minimizar la producción de escombros humedecimiento y/o recubrimiento de escombros.</li> <li>• Diseñar un excelente sistema de manejo de escombros que contemple las operaciones de acumulación, cargue, transporte, rutas de circulación y lugares de disposición final.</li> <li>• Programación de horarios para el cargue y transporte de escombros durante el día.</li> <li>• Limpieza y mantenimiento de las vías de circulación libres de escombros.</li> <li>• Cumplimiento, por parte de las empresas particulares o propietarios que operan con vehículos en el transporte de escombros, de las normas impuestas para tal fin por la secretaria de transito y transporte Municipal.</li> <li>• Racionalizar las rutas de transporte de escombros para reducir las demoras, costos de operación de los vehículos, accidentes y evitar la congestión vial.</li> </ul>

<sup>168</sup> Escorrentía, Según el Diccionario Pequeño Larousse es un sistema de desplazamiento de las aguas que se opone al estancamiento, arrollada o a la infiltración.

<b>GENERADOR</b> <b>Excavaciones</b>	<b>Medidas de Preservación y/o Mitigación</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Selección adecuada de los sitios para la disposición final de sobrantes de las operaciones de movimiento de tierra (algunos de los sitios aprobados son las zonas adyacentes a las bernas o acotamientos de las carreteras, los rellenos sanitarios).</li> <li>• Adecuación del terreno en el sitio seleccionado y dispersión y compactación mecánica del material por capas. Colocación de una capa final con un material granular (roca-muerta), para garantizar que el grado de compactación alcanzado no se pierda en épocas de lluvia.</li> <li>• Construcción de obras provisionales para el drenaje superficial, que contemple trampas para evitar el arrastre de materiales.</li> </ul>
<b>Operación De Maquinaria</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aislamiento de las áreas de operación de las máquinas.</li> <li>• Señalización preventiva.</li> <li>• Programación de operación solo durante el día para evitar trabajos que originen ruidos molestos durante la noche.</li> <li>• Remojo constante de las superficies donde se este trabajando, con el fin de disminuir la producción de polvo.</li> <li>• Selección de la maquinaria que produzca la menor vibración.</li> <li>• Reducción de la velocidad de tráfico en las zonas vecinas, para reducir los niveles de ruido y polvo producidos por los vehículos automotores.</li> </ul>
<b>Construcciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Disposición adecuada de los materiales pétreos<sup>169</sup> y de ladrillo o bloque que se van a utilizar en las construcciones.</li> <li>• Disposición adecuada, en el lote de los escombros de la construcción y retiro permanente de los mismos.</li> <li>• Construcción de obras provisionales para el drenaje superficial, que contemple trampas para evitar el arrastre de materiales.</li> </ul>
<b>Circulación Y Tránsito</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Colocación de señales viales, aprobadas por la Secretaria de Tránsito y Transporte Municipal.</li> <li>• Reducción de la velocidad del tráfico en áreas vecinas para minimizar la probabilidad de ocurrencia de accidentes.</li> </ul>

<sup>169</sup> Pétreo: Relativo de piedra. Que tiene algunas características de piedra; Pedregoso, cubierto. de piedra. Diccionario Larousse.



**Tabla 8.16: Plan De Manejo Ambiental**  
*Fase Operacional*

<b><i>GENERADOR</i></b>	<b><i>Medidas de Prevención y/o Mitigación</i></b>
<b><i>Residuos Sólidos</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las construcciones tendrán un área especial para la disposición de residuos sólidos.</li> <li>• La empresa Municipal de recolección de basuras será la encargada de llevar las basuras a un sitio de disposición final.</li> </ul>
<b><i>Aguas Residuales</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se coleccionarán en la tubería interior que desemboca en el pozo séptico, que se construirá.</li> <li>• Operación permanente de las aguas residuales, la cual entregará aguas tratadas con más del 80% de eficiencia de cargas contaminantes.</li> </ul>
<b><i>Circulación Interna</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Demarcación y señalización adecuada.</li> <li>• Delimitación de zonas peatonales y vehiculares.</li> <li>• Cercamiento parcial, con vegetación preferiblemente, de las zonas verdes comunes.</li> <li>• Protección de las zonas de juegos para niños.</li> </ul>
<b><i>Aguas Lluvias</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se recogerán a través de la red interna de drenaje.</li> </ul>

Fuente: ARBOLEDA, Germán. Proyectos Formulación, Evaluación y Control. AC Editores. 1999.

## **6 PROGRAMA PARA LA EJECUCIÓN DE MANEJO AMBIENTAL, PMA**

El Programa de Manejo Ambiental, PMA, será descrito en mayor profundidad por el proyecto que entregue el consorcio de ingenieros, a quienes se les adjudique la construcción del proyecto.

La restricción por tiempo que la constructora tendrá es de 30 semanas<sup>170</sup>.

Es de resaltar que en el momento de la adjudicación del proyecto el factor tiempo será decisivo para ganar la licitación, pero a esto se le suma que la obra deberá ser realizada con la mayor calidad posible y dentro de los costos establecidos.

---

<sup>170</sup> La decisión de otorgar 30 semanas para la preparación y construcción de DIVERTURA, ha sido tomada con base en la asesoría brindada por los Ingenieros Civiles JULIAN OSORIO. y DIEGO FELIPE ACEVEDO.

## **7. PRESUPUESTO DEL PLAN DE MANEJO AMBIENTAL**

El costo del Programa de Manejo Ambiental, será de \$ 2'000.000 de pesos, valor que incluye su completa elaboración.

El Plan de Manejo Ambiental, es una herramienta necesaria en el momento de presentar el proyecto a la institución que regula el impacto sobre el medio ambiente, en este caso, la Corporación Autónoma Regional del Cauca, CRC; quien busca que ante cualquier modificación de la naturaleza se de una contraprestación que permita mitigar el impacto.

Es por eso que este plan otorga una contrapartida al medio ambiente, que permite que ante las alteraciones a las que se exponga, tenga una mitigación que no lo afecte en su totalidad.

En cuanto a la fase de inversión los costos tienen que ser calculados dentro de la construcción del Parque; para la fase operativa el presupuesto será presentado a continuación, y debe tener en el momento de su puesta en marcha la colaboración por parte de la constructora de Divertura.

**Tabla 8.17: PRESUPUESTO DEL PLAN DEL MANEJO AMBIENTAL<sup>171</sup>**

**-Fase Operacional-**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO (\$)</b>	<b>COSTO TOTAL (\$)</b>
Plántulas <sup>172</sup>	1.500	500	750.000
Abono triple 15 <sup>173</sup>	15 bultos	50.000	750.000
Mano de Obra		300 <sup>174</sup>	450.000
Transporte		50.000	50.000
<b>TOTAL</b>			<b>2'000.000</b>

Fuente: Propia de la Investigación

<sup>171</sup> Este presupuesto para el plan de manejo ambiental se obtuvo de la asesoría brindada por el Ingeniero Civil Diego Felipe Acevedo.

<sup>172</sup> Plántula: Es el arbusto ornamental que se sembrará en DIVERTURA este arbusto es vendido por la CRC, es decir que cumple con las condiciones para su siembra.

<sup>173</sup> El abono triple 15 sirve para el abono de 100 plántulas

<sup>174</sup> Se cancelarán \$300 por la siembra de cada plántula a un solo trabajador.

## **8. CONCLUSIONES DE LA EVALUACIÓN AMBIENTAL**

- La ubicación de Divertura, generará un impacto positivo en la zona, debido a que el Parque estará conformado por un gran número de árboles y vegetación que lo ambientará de manera que la gente pueda interactuar con la naturaleza.
- La modificación en la diversidad de Fauna y de Flora que posee la Hacienda Belalcázar no representa un gran impacto en el momento de su modificación, debido a que esta zona ha sido destinada desde siempre al pastoreo y al engorde del lote.
- El Plan de Manejo Ambiental, PMA, será realizado y ejecutado en un principio por el grupo de ingenieros que realice la construcción del Parque y después ellos deberán dejar un manual que será utilizado como guía para los integrantes del Parque en cuanto al manejo ambiental se refiere.
- Las diferentes modificaciones ambientales se hicieron teniendo en cuenta lo que propone y normaliza la Corporación Autónoma Regional del Cauca, CRC.

## CAPÍTULO IX

### CONCLUSIONES GENERALES

- El Cauca tiene un sin número de riquezas dignas de exponer a diferentes públicos, además carece de un sitio que promocióne estas ventajas que aunque Colombia posee, son diferentes a las que se ven en otros territorios del país, es por eso que Divertura, se considera una muy buena opción que permite al payanés en un principio conocer su patrimonio y a la vez enorgullecerse, contando en ese momento con la compañía de su familia con quien puede realizar el recorrido de este maravilloso Parque que aportará al desarrollo de la región y país.
  
- Al terminar el estudio de mercado se concluyó que el proyecto es viable desde este punto de vista, ya que cuenta con una aceptación favorable por parte de la población objeto de estudio (niños, jóvenes y adultos de los estratos 3, 4 y 5 de la ciudad de Popayán), pues según los resultados obtenidos, el futuro Parque que se denominará "Divertura" con el slogan *"Una nueva aventura por vivir!!"*, tendrá una demanda aceptable de los servicios de diversión y cultura.
  
- Después de realizar el estudio técnico se determinó que el proyecto es viable desde este punto de vista, debido a que: En la ciudad de Popayán se cuenta con factores favorables para su buen funcionamiento como recurso humano en la cantidad y calidad requerida, fácil acceso a materiales, equipos y suministros requeridos. Además, teniendo en cuenta el análisis realizado para la localización, el lugar óptimo para la prestación de los servicios del Parque es la loma de El Tablazo, la cual brinda facilidades de acceso y transporte, disponibilidad de servicios públicos, seguridad del sector, condiciones topográficas adecuadas, facilidad de permisos para construir (esta zona esta incluida dentro del P.O.T), entre otras ventajas. Si se presenta algún inconveniente con la consecución de este terreno se tomará alguna de las otras alternativas evaluadas.

- Una vez concluido el estudio administrativo se determinó que "Divertura" se constituirá como una sociedad de responsabilidad limitada, la cual legalmente deberá inscribirse ante la Cámara de Comercio del Cauca, la Superintendencia de Sociedades, la Oficina de Industria y Comercio y la DIAN, para asumir sus deberes y responsabilidades a nivel comercial y empresarial. El accionar del Parque estará guiado por unas políticas como misión, visión y objetivos guiarán el actuar del talento humano, las cuales permitirán desarrollar las actividades de manera eficiente, buscando brindar un servicio de excelente calidad para el crecimiento de la organización.
- Al finalizar el estudio financiero, se determinó que el proyecto es viable desde este punto de vista por su rentabilidad financiera, desde el primer año el estado de resultados muestra utilidades, el cuadro de fuentes y usos de fondos de efectivo presenta más entradas que salidas, y los indicadores financieros muestran resultados positivos. Además la bondad financiera del proyecto muestra un VPN positivo y una tasa interna de retorno superior a la del inversionista.
- Al terminar la evaluación económica y social se concluyó que el proyecto contribuirá con la generación de empleo directo e indirecto en la ciudad de Popayán, puesto que se tendrá la política de preferir recursos de la región, es decir, que tanto las inversiones como las contrataciones se realizarán principalmente en tal municipio. Además de ayudar a promocionar el turismo del Departamento del Cauca.
- Una vez terminada la evaluación ambiental se concluye que la construcción de Divertura ocasionaría impactos y efectos muy mínimos sobre el medio ambiente natural, ya que el Parque busca contribuir con la preservación de la fauna y flora existente en la zona y Departamento, para promocionarla y mostrarla a todos los visitantes que asistan a él, de acuerdo a las

especificaciones y reglamentaciones propuesta por la Corporación Autónoma Regional del Cauca (CRC) y con la información encontrada en el Plan de Ordenamiento Territorial (P.O.T). Sin embargo se ha establecido un plan de manejo ambiental que se llevará a cabo en la fase de inversión y operación del proyecto para contrarrestar el impacto que se genere en el medio ambiente.

Por los puntos anteriormente expuestos se concluye que es viable la creación en la ciudad de Popayán de un parque de esparcimiento local para la promoción del turismo del Departamento del Cauca, ya que contribuye al mejoramiento, competitividad y desarrollo empresarial de la región y cumple con las expectativas de las autoras del proyecto.



## X. BIBLIOGRAFIA

- CONTRERAS BUITRAGO, Marco Elías. Formulación y Evaluación de Proyectos. UNISUR, 1995.
- ARBOLEDA VELEZ, German. Proyectos, formulación, Evaluación y Control-ACEditores,1998.
- GARAY TAMAJON, Luis Alfonso. Historia del Turismo. Barcelona. Universidad Autónoma de Barcelona, Escola Universitaria de Turismo Hotelero.
- MALHOTRA, Naresh. Investigación de Mercados, Un enfoque práctico. Segunda Edición. México. Prentice Hall. 1997.
- MIQUEL Salvador, y otros. Investigación de Mercados, Primera Edición. España, Mc Graw-Hill,1997.
- RAMIREZ, Cesar. Manual de Seguridad Industrial. México. Editorial Limusa S. A. Tomo 1,2 y 3.
- REYES Gisela y CORINA MARIN Adeyro. .El Turismo Sustentable en los Casos Históricos. Maracaibo, Venezuela, Universidad de Zulia.
- STONER, James A.F; FREEMAN R. Eduart, GILBERT JR, Daniel R. Administración. VI Edición. Prentice Hall, 1996.
- Proyecto de turismo Eco-cultural para la provincia de Catamarca. Primera fase-Departamento de Andalgalá-Buenos Aires- Argentina
- Ley 300 de 1996. Para la Reglamentación del Turismo
- Plan de Ordenamiento Territorial para Popayán –P.O.T-
- Código de Comercio.

### ASESORÍAS

- Profesor JORGE ARBEY TOBAR DEJESÚS. Director de la Tesis
- Economista ANDRÉS CASTRILLÓN. Docente Universidad del Cauca. Gestor Portal Turístico Tampu.
- Profesor GUIDO ERNEY CAMPO. Docente Programa de Administración de Empresas

- Profesor CARLOS MILLÁN. Docente Programa de Administración de Empresas
- Profesora YENNI ANGELICA CONDE. Docente Programa de Administración de Empresas
- Contador Publico MILTON RAFAEL DIAZ LUBO
- Contador Público DARÍO ENRIQUE TORRES CASTILLO
- Debbie Brown, Jefe Recursos Humanos The Balsams Grand Resort Hotel
- Peter Tawchmant y Marcus Stanley, Sección de Comidas y Bebidas del Resort
- Gary Artamige, Jefe de Área de Mercadeo del Resort.
- Administradora de Empresas LUISA FERNANDA ZAPATA. Área de Emprendimiento, Cámara de Comercio del Cauca.
- Yolanda Chamizo Orozco. Funcionaria Cámara de Comercio del Cauca.
- Arquitecto JHON ALEXANDER PEREZ
- Ingeniero Civil JULIAN OSORIO
- Ingeniero Civil DIEGO FELIPE ACEVEDO DOMINGUEZ

### **INSTITUCIONES CONSULTADAS**

- Departamento Nacional de Estadísticas –DANE Popayán-
- Biblioteca Banco de la Republica -Popayán-
- Cámara de Comercio del Cauca
- Oficina de Turismo del Departamento del Cauca
- Agencia de Viajes Over Puracé
- Oficina de Turismo de la Policía del Cauca
- Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales-DIAN-
- Superintendencia de Sociedades
- Oficina de Trabajo –sede Popayan-
- Asociación de Territorial de Planeación Turística
- Corporación Autónoma Regional del Cauca -CRC-
- Instituto Agustín Codazzi –Seccional Popayán-
- Almacén Electromillonaria -Popayán-

## **PÁGINAS DE INTERNET**

- Presidencia de la Republica. [www.presidencia.gov.co](http://www.presidencia.gov.co)
  - Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. [www.mincomercio.gov.co](http://www.mincomercio.gov.co)
  - [www.colombiacompite.gov.co](http://www.colombiacompite.gov.co)
  - [www.sena.edu.co](http://www.sena.edu.co)
  - [www.senavirtual.edu.co](http://www.senavirtual.edu.co)
  - Superintendencia de Industria y Comercio [www.sic.gov.co](http://www.sic.gov.co)
  - Departamento Nacional de Planeación -DNP- [www.dnp.gov.co](http://www.dnp.gov.co)
  - Ministerio de Medio Ambiente.- [www.minambiente.gov.co](http://www.minambiente.gov.co) –
  - [www.uniandes.edu.co/Colombia/Turismo/turismo.html](http://www.uniandes.edu.co/Colombia/Turismo/turismo.html) - 4k -
  - [www.colombia.com](http://www.colombia.com)
  - [www.uniandes.edu.co/Colombia/Turismo/turismo.html](http://www.uniandes.edu.co/Colombia/Turismo/turismo.html) - 4k -
  - [www.colombia.com](http://www.colombia.com)
  - TAMPU. [tampu.unicauca.edu.co](http://tampu.unicauca.edu.co)
  - [www.proexport.com.co](http://www.proexport.com.co)
  - [www.gobiernoenlinea.gov.co](http://www.gobiernoenlinea.gov.co)
  - Cámara Colombiana de Turismo. - [www.ccit.org.co](http://www.ccit.org.co)-
  - [www.culturayturismo.gov.co](http://www.culturayturismo.gov.co)
  - Asociación Nacional de Promoción Turística
  - Corporación Nacional de Turismo
- 
- [www.caucacyt.com](http://www.caucacyt.com)
  - [www.naya.org.ar/](http://www.naya.org.ar/) Portal de Antropología en español.
  - [www.popayan.gov.co](http://www.popayan.gov.co)
  - [www.marn.gob.sv](http://www.marn.gob.sv)
  - [www.mma.es](http://www.mma.es)
  - [www.medioambiente.gov.ar](http://www.medioambiente.gov.ar)
  - [www.businesscol.com](http://www.businesscol.com)
  - Ministerio de Desarrollo Económico. - [www.desarrollo.gov.bo](http://www.desarrollo.gov.bo)-

- [www.isosolucion.com](http://www.isosolucion.com)
- [http:// corambiental.udea.edu.co/comites/sga.htm](http://corambiental.udea.edu.co/comites/sga.htm)
- [www.linkall.com](http://www.linkall.com)
- [www.Tecnociencia.es/especiales/turismo\\_sostenible/1.htmtecnociencia/junio2003](http://www.Tecnociencia.es/especiales/turismo_sostenible/1.htmtecnociencia/junio2003)
- [www.apicsmx.com.mx/](http://www.apicsmx.com.mx/)
- [www.printech.com/resources/earticle.shtml](http://www.printech.com/resources/earticle.shtml)
- [www.iienet.org](http://www.iienet.org)
- [www.adminstración.com.ar](http://www.adminstración.com.ar)
- [www.Microsoft.com](http://www.Microsoft.com)
- [www.Lagaceta.com.ar](http://www.Lagaceta.com.ar)
- [www.mundolaboral.cl](http://www.mundolaboral.cl)
- <http://www.pymesetb.com/faqsauditoria.asp>
- [www.virtualexito.com.co](http://www.virtualexito.com.co)
- [www.granjas.com](http://www.granjas.com)